

**ANALISIS PERANAN PELATIHAN PROGRAM
KAMPUNG UKM DIGITAL TERHADAP
PERKEMBANGAN UMKM
DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM**
(Studi Pada KUB Telo Rezeki Sentra Industri Keripik
Kota Bandar Lampung)



Skripsi

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi
Syarat-Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)
dalam Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam

Oleh:

**NADYA AUDIRA
NPM. 1451010221**

Jurusan: Ekonomi Syariah

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN INTAN LAMPUNG
1439 H / 2018 M**

**ANALISIS PERANAN PELATIHAN PROGRAM
KAMPUNG UKM DIGITAL TERHADAP
PERKEMBANGAN UMKM
DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM**

(Studi Pada KUB Telo Rezeki Sentra Industri Keripik
Kota Bandar Lampung)

Skripsi

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi
Syarat-Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)
dalam Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam

Oleh:

**NADYA AUDIRA
NPM. 1451010221**

Jurusan: Ekonomi Syariah

Pembimbing I : Dr. Erike Anggraini, S.E., M.E.Sy

Pembimbing II : Hj. Mardhiyah Hayati, S.P., M.S.I

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN INTAN LAMPUNG
1439 H / 2018 M**

ABSTRAK

Lampung memiliki potensi ekonomi yang besar, dengan kekayaan alam berlimpah, tenaga kerja muda dan laju urbanisasi yang cepat. Tercatat pada perekonomian Lampung digerakkan oleh: Pertanian (30,40%), industri pengolahan (18,91%), perdagangan (11,42%). Pemantapan sektor ekonomi digital akan memainkan peranan penting bagi Lampung.

Permasalahan yang dikaji dalam penelitian ini adalah bagaimana peranan pelatihan program kampung UKM digital yang dilakukan Mitra UKM di KUB Telo Rezeki Sentra Industri Keripik Kota Bandar Lampung dalam meningkatkan Perkembangan UMKM, dan bagaimana Perspektif Ekonomi Islam dalam peranan pelatihan yang dilakukan KUB Telo Rezeki Sentra Industri Keripik Kota Bandar Lampung.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peranan pelatihan program kampung UKM digital yang dilakukan Mitra UKM di KUB Telo Rezeki Sentra Industri Keripik Kota Bandar Lampung dalam meningkatkan Perkembangan UMKM dan untuk mengetahui Perspektif Ekonomi Islam dalam peranan pelatihan yang dilakukan KUB Telo Rezeki Sentra Industri Keripik Kota Bandar Lampung. Dilihat dari jenisnya, penelitian ini merupakan penelitian deskriptif. Dalam pengumpulan data menggunakan metode observasi, dan metode interview.

Adapun hasil dari penelitian yang dilakukan dapat dikatakan bahwa dengan adanya pelatihan yang dilakukan oleh Mitra UKM di KUB Telo Rezeki Sentra Industri Keripik Kota Bandar Lampung dapat meningkatkan Perkembangan UKM dan dapat membuat mitra UKM mampu bersaing bahkan lebih unggul dibanding pesaingnya. Terdapat 3 macam peranan pelatihan yang harus dilakukan oleh Mitra UKM di KUB Telo Rezeki Sentra Industri Keripik yakni melalui: Koordinasi, Pembinaan, juga Monitoring dan Evaluasi. Didalam pembinaan, terdapat pelatihan-pelatihan yaitu: a. Pembinaan Mitra UKM melalui pelatihan peningkatan kemampuan organisasi dan manajemen, b. Pembinaan Mitra UKM melalui peningkatan akses permodalan, c. Pembinaan Mitra UKM melalui peningkatan akses pasar.

Kata Kunci : Pelatihan, Program Kampung UKM Digital, Perkembangan UMKM



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat: Jl. Letkol. H. Endro Suratmin, Sukarama I Telp. (0721) 703289 Bandar Lampung 35131

PERSETUJUAN

Judul Skripsi : Analisis Peranan Pelatihan Program Kampung UKM Digital Terhadap Perkembangan UMKM Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada KUB Telo Rezeki Sentra Industri Keripik Kota Bandar Lampung)

Nama Mahasiswa : Nadya Audira

NPM : 1451010221

Jurusan : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

MENYETUJUI

**Untuk dimunaqosyahkan dan dipertahankan dalam sidang Munaqasyah
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung.**

Pembimbing I

**Dr. Erike Anggraini, S.E., M.E.Sy
NIP. 19820808 201101 2 009**

Pembimbing II

**Hj. Mardhiyah Hayati, S.P., M.S.I
NIP. 19760529 200801 2 010**

Mengetahui,

Ketua Jurusan Ekonomi Syari'ah

**Madnasir, S.E., M.S.I
NIP. 19750424 200212 1 001**



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat: Jl. Letkol. Hi. Endro Suratmin, Sukarame I Telp. (0721) 703289 Bandar Lampung 35131

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul **Analisis Peranan Pelatihan Program Kampung UKM Digital Terhadap Perkembangan UMKM Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada KUB Telo Rezeki Sentra Industri Keripik Kota Bandar Lampung)**, disusun oleh: **Nadya Audira, NPM: 1451010221**, Jurusan: **Ekonomi Syariah**, telah diujikan dalam sidang munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung, Pada Hari/Tanggal: **Jum'at/20 Juli 2018**.

TIM MUNAQASYAH

Ketua Sidang : Madnasir, S.E., M.S.I


.....

Sekretaris : Yulistia Devi, S.E., M.S.Ak


.....

Penguji I : Dr. Ruslan Abdul Ghofur, M.S.I


.....

Penguji II : Hj. Mardhiyah Hayati, S.P., M.S.I


.....

**Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**



M. Abdurrahman, M.Ag

NPM: 14510224 198903 1 003

MOTTO

وَقُلْ أَعْمَلُوا فَسِيرَیَ اللَّهِ عَمَلُكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ وَسَتُرَدُّونَ إِلَىٰ عِلْمِ الْغَيْبِ
وَالشَّهَادَةِ فَيُنَبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ ۝ ۱۰۵

“Dan katakanlah, ‘Bekerjalah kalian, maka Allah dan Rasul-Nya Serta orang orang mukmin akan melihat pekerjaan kalian itu dan kalian akan dikembalikan kepada (Allah) Yang Mengetahui akan yang gaib dan yang nyata, lalu diberitakan-Nya kepada kalian apa yang telah kalian kerjakan.’” (QS. At-Taubah: 105)

PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan rasa syukur kepada Allah SWT dan Nabi Muhammad SAW dari hati yang terdalam, penulisan skripsi ini penulis persembahkan kepada:

1. Kedua orang tuaku tercinta, Ayah Hikmattulloh dan Bunda Heriyanti, yang sangat aku hormati dan aku sayangi. Selalu menguatkan ku dengan sepenuh hati, merawatku, memotivasiku dengan segala nasehat-nasehatnya yang luar biasa, dan selalu mendo'akan ku agar terus berada dalam jalan-Nya dan menjadi orang yang sukses dan tetap rendah hati. Semoga mereka selalu diberikan kesehatan wal afiat, dilindungi Allah, diberikan keberkahan, dan semoga masuk ke surga nya Allah, aamiin.
2. Kakak ku tersayang, Urfha Riandani, S.Si., yang sangat aku kagumi, ia adalah sosok yang terus menginspirasi ku untuk menjadi wanita yang hebat, mandiri, dan bertanggung jawab. Berkat do'a, dukungan, motivasi, dan segala hal yang ia berikan adalah kunci kesuksesan untuk meraih gelar sarjana. Semoga ia selalu menjadi kakak yang terbaik dan yang paling disegani, menjadi istri yang sholeha, dan menjadi wanita yang bijaksana.
3. Adik-adik ku tersayang, Azara Dyaninda dan Muhammad Faris Albar, mereka adalah sosok yang terus membuatku bahagia, tersenyum dan membuat hidupku lebih berarti. Canda dan tawa mereka membuatku ingin segera membahagiakan dan membimbing mereka untuk meraih gelar sarjana. Dan untuk Azara Dyaninda yang sebentar lagi meraih gelar

sarjana Hukum Ekonomi, terus semangat dan jangan pantang menyerah, terimakasih untuk kesabarannya, semoga kalian berdua menjadi adik yang patuh, cerdas, sholeh dan sholeha, juga menjadi kebanggaan keluarga. Beserta seluruh keluarga besarku, yang mendo'akanku dan menyemangatiku, terimakasih.

4. Sahabat terdekatku, Indah Mutmainah, Sri Indah Permata Sari, Reva Maryati, dan Murni Retiwiranti, yang tidak pernah lelah memberikan semangat, semoga segera menyusul untuk mendapatkan gelar sarjana.
5. Rektor UIN Raden Intan Lampung, Dekan FEBI, Pembimbing Akademik, kepala jurusan Ekonomi Syari'ah, dosen-dosen Ekonomi, dan untuk Dinas Koperasi dan UMKM Provinsi Lampung, terimakasih untuk segala ilmu yang sudah diberikan.
6. Teman-teman seperjuangan Ekonomi Syari'ah angkatan 2014 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung, semoga kita menjadi alumni yang bermanfaat dan senantiasa menjunjung tinggi nilai-nilai Islam.
7. Almamaterku tercinta tempatku menimba ilmu UIN Raden Intan Lampung semoga semakin maju, selalu jaya dan berkualitas.

RIWAYAT HIDUP

Penulis dianugerahi nama yang indah oleh ayah dan bunda tercintanya bernama Nadya Audira yang artinya, yaitu perempuan lemah lembut yang mempunyai keyakinan yang tinggi. Penulis dilahirkan pada 28 Oktober 1994 di Bandar Lampung. Penulis merupakan anak kedua dari empat bersaudara.

Riwayat Pendidikan yang pernah ditempuh oleh penulis adalah sebagai berikut:

1. SDN 1 Natar Lampung Selatan selesai pada Tahun 2006.
2. SMP Wiyata Karya Natar Lampung Selatan selesai pada Tahun 2009.
3. SMK (Akuntansi) Wiyata Karya Natar Lampung Selatan selesai pada Tahun 2012.

Kemudian pada tahun 2014 penulis diterima sebagai mahasiswa baru di Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung Program Strata 1 Jurusan Ekonomi Syari'ah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan Rahmat dan karunia-Nya berupa Ilmu pengetahuan, kesehatan dan petunjuk, sehingga skripsi dengan judul “*Analisis Peranan Pelatihan Program Kampung UKM Digital Terhadap Perkembangan UMKM Dalam Perspektif Ekonomi Islam*” dapat terselesaikan dengan baik dan tepat pada waktunya. Shalawat serta salam selalu dijunjung dan diagungkan kepada Nabi Muhammad SAW, beserta para sahabat dan pengikut-pengikutnya yang setia.

Skripsi ini ditulis sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan studi pada program Strata Satu (S1) Jurusan Ekonomi Syari’ah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam bidang konsentrasi ilmu Ekonomi Pembangunan.

Atas bantuan semua pihak dalam proses penyelesaian skripsi ini, tak lupa mengucapkan terima kasih banyak. Secara rinci ungkapan terima kasih itu disampaikan kepada:

1. Prof. Dr. H. Moh. Mukri, M.Ag., selaku Rektor UIN Raden Intan Lampung yang selalu memotivasi mahasiswa untuk menjadi pribadi yang berkualitas dan menjunjung tinggi nilai-nilai islami.
2. Dr. Moh. Bahrudin, M.A., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung yang senantiasa tanggap terhadap kesulitan mahasiswa.

3. Madnasir, S.E., M.S.I., selaku Ketua Prodi Ekonomi Syari'ah yang selalu memberikan dukungan kepada mahasiswa-mahasiswanya.
4. Dr. Erike Anggraini, S.E., M.E.Sy., selaku Pembimbing I yang dengan tulus telah meluangkan waktunya untuk membimbing dan mengarahkan penulis sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
5. Hj. Mardhiyah Hayati, S.P., M.S.I., selaku Pembimbing II yang senantiasa memberikan masukan, dukungan, kritik dan saran kepada penulis. Sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu.
6. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan kepada penulis selama menjadi mahasiswa.
7. Kepala Dinas Koperasi dan UMKM Provinsi Lampung, Ketua KUB Telo Rezeki, dan karyawan dan para responden yang bersedia memberikan data-data yang penulis butuhkan dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Sahabat-sahabatku, Indah Mutmainah, Sri Indah Permata Sari, Reva Maryati, dan Murni Retiwiranti, yang selalu memberikan semangat, dorongan serta motivasi kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Sahabat seperjuangan Ekonomi Syari'ah angkatan 2014 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung, yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang selalu memberikan dukungan, motivasi dan semangat kepada penulis dalam mengikuti perkuliahan hingga proses selesainya skripsi. Semoga kita selalu terikat dalam ukhuwah islamiyah.

Penulis menyadari bahwa hasil skripsi ini masih jauh dari sempurna,

hal tersebut dikarenakan skripsi ini adalah penelitian terbaru yang belum pernah ada penelitian sebelumnya. Untuk itu kepada para pembaca kiranya dapat memberikan masukan dan saran-saran guna melengkapi hasil penelitian ini.

Akhirnya penulis berharap hasil penelitian tersebut akan menjadi sumbangan yang berarti dalam pengembangan ilmu pengetahuan ke-Islaman di abad modern ini dan dapat memberikan manfaat dalam bidang khasanah Ekonomi Syari'ah.

Bandar Lampung,

2018

Penulis,

Nadya Audira

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
ABSTRAK.....	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN	iv
MOTTO.....	v
PERSEMBAHAN	vi
PERNYATAAN KEASLIAN	viii
RIWAYAT HIDUP	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xv

BAB I PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul.....	1
B. Alasan Memilih Judul.....	3
C. Latar Belakang Masalah	4
D. Identifikasi Masalah.....	19
E. Batasan Masalah	20
F. Rumusan Masalah.....	20
G. Tujuan dan Manfaat Penelitian	21
H. Metode Penelitian	22

BAB II PENDEKATAN TEORITIS

A. Peranan Pelatihan Program Kampung UKM Digital.....	32
1. Pengertian Pelatihan	32
2. Pengertian Program Kampung UKM Digital	38
B. Transaksi dan Marketplace dalam Perspektif Ekonomi Islam ...	43
1. Pengertian Transaksi dan Marketplace	43
2. Sejarah Berdirinya Marketplace	45
3. Marketplace yang Populer di Indonesia	46
4. Sistem Transaksi Marketplace	49
5. Hukum Sistem Transaksi Jual Beli Marketplace Perspektif Ekonomi Islam.....	50
6. Status Hukum Sistem Transaksi Jual Beli Marketplace Perspektif Ekonomi Islam	53

C. Perkembangan UMKM	56
1. Definisi UMKM.....	56
2. Teori Perkembangan UMKM.....	58
3. Karakteristik UMKM	63
4. Keunggulan dan Kelemahan UMKM.....	65
5. Perkembangan UMKM dalam Perspektif Ekonomi Islam ..	66
D. Perspektif Ekonomi Islam.....	69
1. Pengertian Ekonomi Islam.....	69
2. Dasar Hukum Ekonomi Islam	72
3. Karakteristik Ekonomi Islam.....	73
4. Tujuan Ekonomi Islam	74
E. Operasionalisasi Variabel Penelitian	74

BAB III PENYAJIAN DATA PENELITIAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	77
1. Sejarah berdirinya Sentra Industri Keripik Kota Bandar Lampung	77
2. Visi dan Misi Sentra Industri Keripik Kota Bandar Lampung	80
3. Penghargaan-penghargaan	81
4. Aspek Pasar	81
5. Daftar Produsen Keripik Lampung.....	92
B. Hasil Penelitian.....	82
1. Kondisi Sentra Industri Keripik Kota Bandar Lampung	82
2. Pelatihan Program Kampung UKM digital	87
3. Karakteristik Responden.....	89

BAB IV ANALISIS DATA

A. Analisis Peranan Pelatihan Program Kampung UKM Digital Terhadap Perkembangan UMKM pada Sentra Industri Keripik Kota Bandar Lampung	96
B. Analisis Tinjauan Ekonomi Islam Dalam Peranan Pelatihan Program Kampung UKM Digital Terhadap Perkembangan UMKM pada Sentra Industri Keripik Kota Bandar Lampung	103

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	111
B. Saran	112

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

BAB I

PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul

Pada awal pemahaman untuk mendapatkan gambaran yang jelas dan memudahkan dalam memahami penelitian ini, maka adanya pembahasan yang menegaskan arti dan maksud dari beberapa istilah yang terkait dengan judul penelitian.

Adapun judul penelitian ini adalah **“Analisis Peranan Pelatihan Program Kampung UKM Digital Terhadap Perkembangan UMKM Dalam Perspektif Ekonomi Islam” (Studi Pada Sentra Industri Keripik Kota Bandar Lampung).**

Berdasarkan penegasan tersebut diharapkan tidak terjadi kesalahpahaman terhadap penggunaan judul dari beberapa istilah yang digunakan. Adapun istilah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Analisis adalah penyelidikan terhadap suatu peristiwa (karangan, perbuatan dan sebagainya) untuk mengetahui keadaan yang sebenarnya (Sebab, musabab, dan duduk perkaranya).¹

Peranan adalah proses dinamis kedudukan (status). Apabila seseorang melaksanakan hak dan kewajibannya sesuai dengan kedudukannya, dia menjalankan suatu peranan.²

¹Lukman Ali, ed. *Bahasa dan Kesusastraan Indonesia Sebagai Cermin Manusia Indonesia Baru*, (Jakarta: Bina Cipta, 2005), h. 84-85.

²Soerjono Soeklanto, *Sosiologi Suatu Pengantar*, (Edisi Baru; Jakarta: Rajawali Pers, 2009), h. 59.

Pelatihan adalah bagian dari investasi SDM (*human investment*) untuk meningkatkan kemampuan dan keterampilan kerja, dan dengan demikian meningkatkan kinerja pegawai. Pelatihan biasanya dilakukan dengan kurikulum yang disesuaikan dengan kebutuhan jabatan, diberikan dalam waktu yang relatif pendek, untuk membekali seseorang dengan keterampilan kerja.³

Program adalah suatu rencana yang melibatkan berbagai unit yang berisi kebijakan dan rangkaian kegiatan yang harus dilakukan dalam kurun waktu tertentu.⁴

Kampung UKM Digital adalah pemanfaatan teknologi Informasi secara komprehensif dan integratif untuk mendukung proses bisnis yang berjalan di Sentra UKM atau UKM yang terpusat di suatu lokasi tertentu dalam rangka mewujudkan Jutaan UKM yang Maju, Mandiri, dan Modern.⁵

Perkembangan UMKM adalah proses langkah yang strategis dalam meningkatkan dan memperkuat dasar kehidupan perekonomian dari sebagian terbesar rakyat Indonesia, khususnya melalui penyediaan lapangan kerja dan mengurangi kesenjangan dan tingkat kemiskinan.⁶

Perspektif Ekonomi Islam adalah ilmu yang mempelajari usaha manusia untuk mengalokasikan dan mengolah sumber daya untuk

³ Mangkunegara, Anwar Prabu, *Evaluasi Kinerja SDM*, Bandung: Refika Aditama, 2005, h. 23.

⁴ Miles B. Matthew, et. Al. *Analisis Data Kualitatif*, Jakarta: UI Press, 2005, h. 81

⁵ Philip Kotler dan Gary Amstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, (Jilid 1; Jakarta: Erlangga, 2008), h. 237.

⁶ Dirlanudin. "Paradigma Baru Pengembangan Usaha Kecil." *Jurnal Ilmiah Niagara* 1, no. 2 (2008): h. 47-67.

mencapai falah berdasarkan pada prinsip-prinsip dan nilai-nilai Al-Qur'an dan Sunnah.⁷

Berdasarkan penegasan judul diatas yaitu Analisis Peranan Pelatihan Program Kampung UKM Digital Terhadap Perkembangan UMKM Dalam Perspektif Ekonomi Islam dimana penelitian ini membahas tentang Pelatihan Bisnis yang menggunakan aplikasi digital yang ditujukan untuk mitra UKM Keripik Kota Bandar Lampung dalam meningkatkan perkembangan UMKM dan membuat pelaku usaha semakin tertarik untuk belajar bisnis secara langsung dengan tetap berpedoman pada aturan atau prinsip-prinsip Ekonomi Islam.

B. Alasan Memilih Judul

Adapun beberapa alasan yang mendasari sehingga terdorong untuk membahas atau meneliti masalah ini dalam bentuk proposal skripsi adalah sebagai berikut :

1. Alasan Objektif

- a. Secara objektif, ingin melakukan penelitian tersebut karena ingin mengetahui bagaimana melakukan pelatihan bisnis dengan menggunakan aplikasi digital apakah Perkembangan UMKM yang dihasilkan akan baik atau dapat mengurangi hasil Perkembangan UMKM tersebut.

⁷P3EI, *Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2008), h.19.

- b. Judul proposal skripsi ini dipilih dikarenakan semakin berkembangnya teknologi berbasis aplikasi digital yang dapat mempermudah para pelaku usaha (UKM) untuk memasarkan produknya juga agar melakukan bentuk usaha apapun menjadi lebih mudah dan diharapkan menjadi salah satu pelopor yang dapat berkembang bahkan lebih maju dibidang digital.

2. Alasan Subjektif

- a. Penelitian ini belum pernah diteliti sebelumnya.
- b. Judul yang diajukan sesuai dengan bidang keilmuan yang sedang penulis geluti saat ini yakni berkenaan dengan Konsentrasi Ekonomi Pembangunan.
- c. Ketersediaan data-data dan literatur yang dibutuhkan dalam penelitian sehingga cukup mendukung untuk menyelesaikan penelitian ini.

C. Latar Belakang Masalah

Lampung memiliki potensi ekonomi yang besar, dengan kekayaan alam yang berlimpah, tenaga kerja muda dalam jumlah besar dan laju urbanisasi yang cepat. Tercatat pada perekonomian Lampung digerakkan oleh 3 lapangan usaha utama, yaitu : Pertanian (30,40%), industri pengolahan (18,91%), perdagangan (11,42%). Lampung telah membuat langkah besar dalam kemajuan sosial dan pengelolaan ekonomi dan sedang

berusaha mencapai target berikutnya, yaitu menjadi provinsi berpendapatan menengah pada tahun 2025. Pemantapan sektor ekonomi digital akan memainkan peranan penting bagi Lampung guna mencapai seluruh potensinya.⁸

Perkembangan industri pada sebuah negara sangat menopang pertumbuhan ekonomi, sehingga salah satu strategi yang diambil oleh pemerintah adalah memberdayakan dan menumbuhkan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) sebagai basis pembangunan ekonomi kerakyatan. Sejarah telah menunjukkan bahwa UMKM di Indonesia tetap eksis dan berkembang meski terjadi krisis ekonomi yang telah melanda negeri ini sejak tahun 1997. UMKM mampu memberikan andil besar terhadap penerimaan negara dengan menyumbang 61,9% pemasukan produk domestik bruto (PDB) melalui pembayaran pajak.

Mengingat begitu vitalnya peranan Dinas Koperasi dan UKM Kota Bandar Lampung dalam memajukan UMKM, tentunya dibutuhkan program-program maupun terobosan yang dilakukan oleh dinas terkait dengan memajukan UMKM khususnya di Provinsi Lampung. Berikut beberapa Dinas Koperasi dan UKM Kota Bandar Lampung dalam beberapa waktu yang lalu :

1. Pelatihan Wirausaha oleh Dinas Koperasi dan UKM Kota Bandar Lampung pada tanggal 24 April 2015.
2. Pelatihan *E-commerce* dalam memberdayaan pelaku UMKM di

⁸Data Dinas Koperasi dan UKM Provinsi Lampung, 2017

Provinsi Lampung pada tanggal 28 mei 2016.

3. Peningkatan SDM UMKM se-Provinsi Lampung pada tanggal 19 Oktober 2016.
4. Program satu juta domain, guna memaksimalkan dan memajukan industri berbasis *online*.
5. Dinas Koperasi dan UKM menyelenggarakan “*Lampung Segalow, Tapis Evolution*” yang bertujuan untuk memajukan industri olahan tapis di Provinsi Lampung pada tanggal 22 Februari 2017.

Perkembangan industri pada sebuah negara sangat menopang pertumbuhan ekonomi, sehingga salah satu strategi yang diambil oleh pemerintah adalah memberdayakan dan menumbuhkan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) sebagai basis pembangunan ekonomi kerakyatan. Sejarah telah menunjukkan bahwa UMKM di Indonesia tetap eksis dan berkembang meski terjadi krisis ekonomi yang telah melanda negeri ini. UMKM mampu memberikan andil besar terhadap penerimaan negara dengan menyumbang 61,9% pemasukan produk domestik bruto (PDB) melalui pembayaran pajak. Berdasarkan hal tersebut, UMKM menjadi salah satu penopang pertumbuhan ekonomi, tak terkecuali di Kota Bandar Lampung, berikut data UMKM Kota Bandar Lampung :

Tabel 1.
Data UMKM Kota Bandar Lampung Per- Kecamatan 2017

NO	KECAMATAN	USAHA MIKRO	USAHA KECIL	USAHA MENENGAH	JUMLAH UMKM
1	Tanjung Karang Pusat	1.024	850	327	2.201
2	Tanjung Karang Timur	880	691	243	1.814
3	Tanjung Karang Barat	851	765	230	1.846
4	Kedaton	980	809	297	2.086
5	Rajabasa	1.000	686	263	1.949
6	Tanjung Senang	1.009	770	320	2.099
7	Sukarame	1.016	894	262	2.172
8	Sukabumi	966	650	309	1.925
9	Panjang	1.026	900	260	2.186
10	Teluk Betung Selatan	1.005	775	228	2.008
11	Teluk Betung Barat	984	636	218	1.838
12	Teluk Betung Utara	974	620	285	1.879
13	Kemiling	1.016	812	224	2.052
14	Teluk Betung Timur	958	773	297	2.028
15	Enggal	927	920	235	2.082
16	Bumi Waras	987	662	268	1.917
17	Way Halim	998	650	258	1.906
18	Kedamaian	988	716	278	1.982
19	Labuhan Ratu	986	806	254	2.046
20	Langkapura	984	705	255	1.944
	JUMLAH	19.559	15.090	5.311	39.960

**Sumber : LAKIP DISKOPERINDAG Kota Bandar Lampung Tahun 2017*

Pada tabel tersebut dapat dilihat bahwa data UMKM di wilayah Kota Bandar Lampung meliputi usaha mikro, usaha kecil, dan usaha menengah. Tabel tersebut menunjukkan jumlah UMKM yang ada di tiap-tiap Kecamatan Kota Bandar Lampung. Jumlah usaha mikro tertinggi berada di Kecamatan Panjang sebesar 1026 unit dan yang terendah pada kawasan Kecamatan Tanjung Karang Barat sebesar 851 unit.

Selain itu disebutkan juga data tentang usaha kecil yang mempunyai jumlah tertinggi ditempati oleh Kecamatan Enggal dengan 920 unit usaha kecil dan yang terendah yaitu kawasan Kecamatan Teluk Betung Utara.

Sedangkan dalam usaha menengah tertinggi diduduki oleh Kecamatan Tanjung Karang Pusat sebesar 327 unit dan yang terendah yaitu di kawasan Kecamatan Teluk Betung Barat yaitu sebesar 218 unit.

Jumlah pedagang UMKM peringkat ke 5 (lima) yang ada di Kota Bandar Lampung berada pada daerah Kedaton. Jumlah pedagang UMKM cukup banyak. Hal ini karena sektor formal belum mampu menyerap seluruh angkatan kerja di Kota Bandar Lampung dan secara otomatis menciptakan lapangan kerja baru bagi pemain-pemain bisnis di sektor informal.

Berdasarkan Pasal 2 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008, pemberdayaan UMKM perlu diselenggarakan secara menyeluruh, optimal, dan berkesinambungan melalui pengembangan iklim yang kondusif, pemberian kesempatan berusaha, dukungan, perlindungan, dan pengembangan usaha seluas-luasnya, sehingga mampu meningkatkan kedudukan, peran, dan potensi UMKM dalam mewujudkan pertumbuhan ekonomi, pemerataan dan peningkatan pendapatan rakyat, penciptaan lapangan kerja, dan pengentasan kemiskinan.

Teknologi merupakan hal penting yang dapat memengaruhi segala aspek kehidupan. Teknologi informasi adalah kebutuhan bagi suatu organisasi yang dapat membantu kinerja individu maupun organisasi. Teknologi di era globalisasi mengalami perkembangan yang sangat pesat, sehingga memberikan dampak positif bagi perusahaan. Sistem informasi suatu organisasi atau perusahaan saling berkaitan dengan teknologi

informasi. Sistem informasi juga akan terus mengalami perkembangan seiring dengan perkembangan teknologi informasi. Komputer digunakan dalam berbagai jenis sistem informasi. Teknologi informasi tidak hanya melibatkan komputer, tetapi juga melibatkan teknologi lain untuk memproses informasi.

Berkembangnya revolusi dunia digital, perubahan eksponensial teknologi dan informasi memerlukan strategi transformasi digital bagi pelaku bisnis maupun SDM di masa depan. Hasil riset di Amerika pada tahun 2014 menyebutkan bahwa tahun lalu ada sekitar 35% dari 38.000 perusahaan penyedia kerja, melaporkan kesulitan memenuhi posisi yang mereka sediakan, karena kurangnya bakat atau talenta di pasar tenaga kerja. Artinya selisih *gap* yang ada sangat besar antara kebutuhan dan *supply* tenaga kerja. Gejala yang juga terkini adalah kalau dulu komunikasi media bersifat satu arah, semata untuk menyebarkan informasi sekarang konsumen hanya akan memilih media yang bisa berinteraksi langsung secara dua arah.⁹

Geliat organisasi untuk menjadi digital memang sudah kelihatan. Hadirnya perusahaan-perusahaan yang bergerak dibidang digital juga sudah mudah ditemui. Kekuatan organisasi digital ini membuktikan bahwa komunikasi, kreativitas dan kemauan untuk mengeksplorasi cara baru dalam memanfaatkan teknologi dan informasi akan membawa kesuksesan. Pemanfaatan kekuatan digital membuat organisasi bisa menciptakan proses bisnis yang jauh lebih cepat dan instan. Tanpa disadari kita sudah berada

⁹Syahid, Ahmad, "Pemanfaatan Internet dalam Pendidikan dan Pembelajaran", *Jurnal Iqra, Ilmu Pendidikan dan Keislaman*. Vol. 4, No. 2 Tahun 2008. h.11.

didunia dengan tuntutan yang sangat berbeda dengan dekade lalu. Bahkan, para ahli yang sudah mapan dibidangnya pun akan tertinggal bila tidak melihat pada perkembangan sekarang. Preferensi pelanggan dan masyarakat pun bisa dibaca melalui media sosial. Kemampuan membaca data dari media sosial yang sifatnya *realtime*, atau yang disebut *nowcasting* ini adalah gabungan kemampuan bereksperimen, membaca, dan memilah data, serta peng-“kini”-an perolehan informasi yang berlangsung secara simultan. Dengan cara inilah organisasi bisa menjaga komunikasi dengan para *stakeholder*-nya.

Dengan semakin banyaknya Usaha Kecil dan Menengah (UKM) yang terlibat dalam ekonomi digital melalui *broadband*, *e-commerce*, media sosial, *mobile platforms*, UKM dapat bertumbuh lebih cepat dari segi pendapatan dan penyediaan lapangan kerja serta menjadi lebih inovatif dan lebih kompetitif untuk menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA). Saat ini, UKM di Indonesia dipastikan siap untuk memetik keuntungan dari transformasi digital. UKM telah memanfaatkan teknologi dasar untuk mencapai tujuan yang sama. Kebijakan pemerintah memainkan peran penting dalam mempercepat pemanfaatan ekonomi digital terutama melalui peningkatan akses *broadband* dan melalui peningkatan koordinasi program-program pemerintah yang sudah ada, fasilitas pembayaran, akses terhadap investasi, dan memfasilitasi akses terhadap piranti digital baru yang lebih

terjangkau.¹⁰

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan kelompok pelaku ekonomi terbesar dalam perekonomian Indonesia dan terbukti menjadi katup pengaman perekonomian nasional dalam masa krisis, serta menjadi dinamisator pertumbuhan ekonomi pasca krisis ekonomi. Selain menjadi sektor usaha yang paling besar kontribusinya terhadap pembangunan nasional, UMKM juga menciptakan peluang kerja yang cukup besar bagi tenaga kerja dalam negeri, sehingga sangat membantu upaya mengurangi pengangguran. Sementara itu kelemahan mendasar yang dihadapi UMKM dalam bidang pemasaran adalah orientasi pasar rendah, lemah dalam persaingan yang kompleks dan tajam serta tidak memadainya infrastruktur Pemasaran.¹¹

Dalam upaya pembangunan perekonomian nasional, meningkatkan daya saing bagi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UKM) merupakan salah satu faktor yang perlu diperhitungkan. Hal tersebut berkaitan dengan peran UKM dalam pertumbuhan ekonomi nasional melalui terciptanya produk domestik bruto sebagai kontribusi nyata dari sektor tersebut sehingga menjadi nilai tambah secara nasional. Dengan adanya strategi peningkatan daya saing bagi UKM, maka peran UKM bagi sektor pembangunan perekonomian nasional akan semakin besar. Salah satu faktor yang cukup berperan penting untuk meningkatkan daya saing UKM adalah

¹⁰Access Economics Pty Ltd, *UKM Pemicu Kemajuan Indonesia-Instrumen Pertumbuhan Nusantara*, Diakses pada www.deloitte.com/au/economics (Deloitte Eccess Economics Pty Ltd, Australia:2015), h. 4.

¹¹Agung Adiono, Artikel: *Peran E-commerce Untuk Meningkatkan Daya Saing UKM*, 2012, h. 2.

dengan mengadopsi teknologi informasi.¹²

Daya saing UKM dapat diwujudkan salah satunya dengan penggunaan Teknologi Informasi untuk meningkatkan transformasi bisnis, ketepatan dan efisiensi pertukaran informasi. Selain itu penggunaan teknologi informasi juga dapat memperluas jaringan pemasaran dan memperluas *market share*. Peningkatan daya saing UKM ini sangat diperlukan agar UKM mampu bertahan dan bersaing dalam kancah perdagangan global.¹³

Mengenai penerapan teknologi informasi/teknologi digital memicu kemajuan bisnis dengan cara yang berbeda-beda di Indonesia. Teknologi membantu bisnis di Indonesia dengan meningkatkan komunikasi, beroperasi secara efisien, mengatasi hambatan untuk mengakses jasa pelatihan dan layanan keuangan, dan menjangkau lebih banyak pelanggan. TELKOM semakin gencar meluncurkan Kampung UKM Digital.

Kampung UKM Digital ini melengkapi berbagai program pengembangan UKM yang sebelumnya sedang berjalan, seperti edukasi pemanfaatan TIK bagi UKM. Dengan bantuan *Information Communication Technology* (ICT) ini dapat memperluas pasar dan pembeli, karena pemesanan dan pembelian dapat dilakukan secara online, ada dua komponen besar yang dapat dipertimbangkan untuk menyulap sebuah lokasi menjadi

¹²Wiwin Agustina, et. al. Seminar Nasional Teknologi Informasi & Komunikasi Terapan (SEMANTIK:2014), Semarang: 2014, *Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) untuk mengidentifikasi Pemanfaatan Internet Usaha Kecil dan Menengah*, (Jurnal Ilmiah: Universitas Bina Darma Palembang, ISSN: 979-26-0276-3 Semarang: 2014), h. 12.

¹³John A Pearce II, et. al. *Manajemen Strategis: Formula, Implementasi, dan Pengendalian*, (jakarta: Salemba Empat, 2013), h. 242.

Kampung UKM Digital oleh Telkom. Pertama, adanya *Core Ecosystem* yang menunjukkan keterhubungan antara produsen, dan saluran distribusi. Kedua, *Business Ecosystem* yang menunjukkan adanya keterhubungan *supplier*, produsen, *wholeseller*, *retailer*, konsumen akhir, dukungan pemerintah dan lembaga keuangan.¹⁴ Setelah dua komponen besar terpenuhi, Telkom juga menetapkan parameter implementasi bagi Kampung UKM Digital diantaranya, tersedianya infrastruktur jaringan *broadband*, adanya wadah komunitas UKM seperti koperasi atau lembaga sejenisnya.

Kampung UKM Digital ini mengadopsi konsep *financial inclusion* dan *digital inclusion* sekaligus. Pengembangan UKM Digital perlu mendapatkan perhatian yang besar baik dari pemerintah maupun masyarakat itu sendiri agar dapat mengembangkan daya saing bersama para pelaku ekonomi lain. Kebijakan pemerintah ke depan dirasa perlu meningkatkan perannya dalam memberdayakan UKM disamping juga mengembangkan kemitraan usaha saling menguntungkan antara pengusaha besar dengan pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), dan meningkatkan kualitas Sumber Daya Manusia.¹⁵

Kampung Digital dipilih dalam penelitian karena banyaknya UKM ekonomi lokal yang tersebar dan dianggap mampu mengembangkan sentra bisnisnya dengan modal sumber daya manusia, ilmu pengetahuan, kreatifitas dan daya saing. Selain itu Lampung yang dikenal sebagai Provinsi penghasil

¹⁴<https://mekar.id/en/blog/2015/11/04/digitalisasi-ukm/> diunduh pada tanggal; 12-12-2017 pukul 13.39 WIB.

¹⁵<http://dsolusi.com/peranan-teknologi-dalam-peningkatan-daya-saing-ukm/> diunduh pada tanggal 12-12-2017 pukul 21:26 WIB.

sentra keripik pisang dan pengrajin kain sulam usus, yang dirasa mampu menarik para wisatawan dari mancanegara. Dengan adanya pemanfaatan teknologi informasi ini diharapkan bisa memperluas *market place* hingga ke pasar nasional dan internasional.

Dalam dunia bisnis, penguasaan informasi ini harus memberi dampak komersial. Inilah kesempatan perusahaan untuk menjangkau pelanggan dengan cara yang lebih praktis dan terfokus. Sehingga perusahaan biasanya melakukan pelatihan untuk dapat terus meng-*upgrade* kompetensi SDM nya dengan berbagai macam pelatihan. Disaat kompetisi antar organisasi berlangsung sangat ketat, persoalan produktivitas menjadi salah satu penentu keberlangsungan organisasi disamping persoalan kualitas dan kemampuan karyawan. Program pelatihan dan pengembangan SDM dapat memberi jaminan pencapaian.

Pertumbuhan ekonomi merupakan prasyarat untuk mencapai tujuan pembangunan dan kemajuan pemasaran yang berbasis digital diberbagai wilayah-wilayah di Indonesia termasuk Lampung. Pemerintah menargetkan pemasaran UMKM yang berbasis Digital diberbagai wilayah akan mampu membentuk suatu sistem yang dapat meningkatkan perekonomian masyarakat diberbagai wilayah mampu bersaing secara sehat. Pertumbuhan ekonomi, pada wilayah tersebut mutlak diperlukan terutama dibidang sektor industri andalan yang berbasis digital salah satunya kerajinan rakyat.¹⁶

Pemerintah telah menyediakan prasarana yang dapat diakses untuk

¹⁶ Tambunan, T.T.H, *Ukuran Daya Saing Koperasi dan UKM*, Background Study, RPJM Nasional Tahun 2010-2014 Bidang Pemberdayaan Koperasi dan UKM Bappena, 2008, diakses dari <http://www.kadin-indonesia.or.id> pada tanggal 13 Desember 2017.

keberhasilan suatu usaha mikro kecil dan menengah via pemasaran *online* melalui ukmmarket.co.id hingga jasa konsultasi, namun terkendala dengan berbagai keterbatasan pelaku usaha. Proses berlangsungnya pemasaran berbasis digital, diseluruh Indonesia juga berpengaruh pada wilayah daerah Lampung, hingga kemudian lahir lah sebuah kampung UMKM berbasis digital. Berbagai inovasi yang berbasis digital mampu bersaing secara ketat dari berbagai produk kerajinan dari berbagai wilayah lainnya mampu mengebrak pangsa pasar dari berbagai dengan keunikan dan keberagaman corak kerajinan bahkan ke berbagai manca Negara.

Transformasi Digital bukan sekadar menggunakan/investasi teknologi digital secara langsung, namun harus mampu mengubah model bisnis menjadi lebih efisien, menggiring ke arah nilai-nilai kreatifitas (penciptaan value) buat pelanggan dan karyawan untuk bersaing ditengah perubahan ekonomi digital yang begitu cepat.¹⁷

Wilayah Lampung sudah memasarkan berbagai kerajinan, namun beberapa pelaku usaha masih memakai cara tradisional, hal ini sangat berbeda dengan sebagian wilayah lainnya, yang telah menggunakan akses teknologi informasi. Program-program tersebut, gencar dilakukan pemerintah, dengan membuat berbagai pelatihan kepada pelaku usaha adalah hal yang utama di wilayah Lampung dan sekitarnya, karena tidak semua pelaku usaha mampu melakukan usaha secara digital, hal ini menjadi suatu wacana bagi peneliti untuk melihat peluang yang masih dibahas secara

¹⁷Tambunan, T.T.H, 2008, *Masalah Pengembangan UKM di Indonesia, Sebuah Upaya Mencari jalan Alternatif*, Makalah Forum Keadilan Ekonomi, Institute For Global Justice, Diakses dari <http://www.kadin-indonesia.or.id> pada tanggal 13 Desember 2017.

praktikal. Namun, program-program pemerintah tersebut meskipun berhasil meningkatkan pendapatan namun pada sebagian wilayah relatif gagal.

Pemerintah dihadapkan pada beberapa kendala pelaku usaha yang belum berani memasarkan produknya dengan media teknologi yang berbasis digital diantaranya kendala SDM, pelaku usaha tidak punya pengalaman dalam memasarkan produk, tidak mampu menggunakan alat elektronik yang berbasis digital alias gaptek, kurang inovasi dan yang tidak kalah penting lemahnya kemampuan dalam proses produksi, hal ini menjadi kendala utama di sebagian daerah Lampung dan sekitarnya. Internet merupakan salah satu bentuk strategi inovasi yang murah dan sederhana Dalam konteks inovasi berbasis strategi bersaing peran inovasi teknologi, dan terutama inovasi produk, telah sering ditekankan.¹⁸

Deputi Bidang Restrukturisasi Usaha Kementerian Koperasi dan UKM, Yuana Sutyowati menjelaskan bahwa: Program Kampung UKM Digital hasil kerja sama Kementerian Koperasi dan UKM dengan PT Telkom Indonesia Tbk, telah terealisasi di 23 PLUT KUMKM. Sisanya, 20 PLUT KUMKM sedang dalam proses dan enam PLUT KUMKM belum ada jaringan. Telah terealisasi 1.274 UKM difasilitasi sosialisasi pemasaran *online* dan 2.280 produk UMKM difasilitasi pemasaran *online*. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik tahun 2013 jumlah UMKM secara nasional mencapai 57,9. Kontribusinya terhadap PDB sebesar 58,92 % dan kontribusinya dalam penyerapan tenaga kerja sebanyak 97,38 %. Secara

¹⁸<https://mekar.id/en/blog/2015/11/04/digitalisasi-ukm/> diunduh pada tanggal; 12-12-2017 pukul 13.39 WIB.

kualitas produktifitas dan daya saing UMKM Indonesia masih relatif lebih rendah dibandingkan dengan UMKM negara-negara Asean.

Penerapan Iptek untuk pengembangan UMKM khususnya *information and communication technology* (ICT) sangat strategis di era digitalisasi ekonomi yang akan memberikan mutual benefit bagi perluasan jaringan pemasaran dan kemitraan, serta promosi produk KUMKM melalui sistem online atau e-commerce. Maka Kemenkop dan UKM bersama pemerintah daerah melaksanakan kerja sama dan sinergi dengan PT Telkom Tbk melalui Kampung UKM Digital yang dipusatkan di 51 PLUT KUMKM di seluruh Indonesia. Program tersebut diharapkan dapat mendukung pengembangan Sentra UKM melalui penerapan teknologi informasi (IT).

Sedangkan jika dilihat pengertian bisnis secara umum adalah suatu lembaga yang menghasilkan dan mendistribusikan barang dan jasa yang dibutuhkan oleh masyarakat, mencari profit, dan mencoba memuaskan keinginan para konsumen.

Lalu jika dilihat pengertian Bisnis perspektif Islami adalah segala bentuk bisnis dengan dibatasi oleh cara mendapatkan dan memberdayakan harta agar selalu halal dan menolak hal-hal yang bersifat haram. Dan bisnis islami ini merupakan serangkaian aktivitas bisnis dalam berbagai bentuknya yang tidak dibatasi jumlah kepemilikan (barang/jasa) termasuk profitnya,

namun dibatasi dalam cara memperolehnya dan pendayagunaan hartanya karena aturan-aturan islami (halal dan haram).¹⁹

Agama Islam sangatlah menganjurkan setiap umat untuk selalu bekerja. Tidak ada satu kata pun yang menyebut bahwa orang Islam yang beriman itu disarankan untuk menjadi pengangguran karena hal tersebut merupakan perilaku syaitan. Begitu pentingnya perilaku yang menjunjung tinggi etos kerja agar manusia selalu bekerja, bekerja, dan bekerja, Rasulullah Muhammad SAW bersabda di dalam dalam suatu hadis yang artinya bahwa bekerja mencari rejeki yang halal merupakan kewajiban, setelah kewajiban ibadah. (HR. Ath Thabrani dan Baihaqi).²⁰

Hadits ini kemudian diperkuat dengan firman Allah dalam surah At-Taubah ayat 105:

وَقُلْ أَعْمَلُوا فَسَيَرَى اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ وَسَتُرَدُّونَ إِلَىٰ عِلْمِ الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ فَيُنَبِّئُكُم بِمَا كُنتُمْ تَعْمَلُونَ ١٠٥

Artinya: “Bekerjalah kamu, maka Allah dan Rasul-Nya serta orang-orang mu'min akan melihat pekerjaanmu itu, dan kamu akan dikembalikan kepada (Allah) Yang Mengetahui akan yang ghaib dan yang nyata, lalu diberitakan-Nya kepada kamu apa yang telah kamu kerjakan.”

Setiap umat Islam diperintahkan untuk bekerja keras, sehingga menjadi umat yang mampu (kuat ekonominya). Umat Islam yang mampu (kuat ekonominya) lebih unggul dibandingkan dengan umat Islam yang kurang mampu. Umat Islam yang mampu dan beriman, dapat

¹⁹Madnasir dan Khoiruddin, *Etika Bisnis Dalam Islam*, Fakultas Syariah IAIN Raden Intan Lampung, Bandar Lampung, 2012, h. 3-4.

²⁰Departemen Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahannya*, PT. Karya Toha Putra, Semarang, 2002, h. 809.

menyelamatkan dirinya sendiri dan umat Islam lain yang masih lemah dari ancaman kekafiran. Allah swt. Akan menampakkan dan memberi balasan dari setiap amal perbuatan manusia kelak di akhirat.

Oleh karena itu diadakannya penelitian ini dengan harapan dapat menjadi sumbangan pemikiran guna meningkatkan perkembangan Program Kampung UKM Digital di Kota Bandar Lampung, juga diharapkan mampu mengangkat perekonomian di Provinsi Lampung, dan dapat meningkatkan PDB Provinsi Lampung.

Hal ini memunculkan asumsi bahwa dapat dilakukan sebuah penelitian dengan judul : “Analisis Peranan Pelatihan Program Kampung UKM Digital Terhadap Perkembangan UMKM Dalam Perspektif Ekonomi Islam” (Studi Pada Sentra Industri Keripik Kota Bandar Lampung).

D. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diterangkan diatas, diperoleh beberapa permasalahan yang didapat diidentifikasi antara lain :

1. Kampung UKM Digital bekerjasama dengan PT Telekomunikasi Indonesia dengan memberikan fasilitas koneksi internet dan ICT, namun para pelaku usaha belum begitu peduli akan manfaat yang bisa diperoleh dalam penerapan Teknologi Informasi agar bisa mempermudah akses.
2. Pelaku usaha belum mengerti layanan ICT (*Internet Communication Technology*) seperti aplikasi pada portal online, dan layanan lainnya di lingkungan UKM.

3. Para pelaku usaha belum mengerti cara menggunakan aplikasi yang diberikan TELKOM, untuk menunjang promosi melalui internet.

E. Batasan Masalah

Dalam penelitian yang akan dilakukan, agar tidak melebar permasalahannya maka penulis membatasi masalah yaitu Analisis Peranan Pelatihan Program Kampung UKM Digital Terhadap Perkembangan UMKM Dalam Perspektif Ekonomi Islam.

Batasan tempat: Penelitian ini dilakukan pada beberapa Mitra UKM di Sentra Industri Keripik Kota Bandar Lampung yang berada di Gang PU, Pagar Alam, Kedaton - Bandar Lampung.

F. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang ada, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana peranan pelatihan program kampung UKM digital yang diterapkan Mitra UKM di Sentra Industri Keripik Kota Bandar Lampung dalam meningkatkan Perkembangan UMKM?
2. Bagaimana Perspektif Ekonomi Islam dalam peranan pelatihan yang diterapkan Sentra Industri Keripik Kota Bandar Lampung?

G. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Dengan adanya penelitian, secara umum peneliti ingin:

- a. Untuk mengetahui peranan pelatihan program kampung UKM digital yang dilakukan Mitra UKM di Sentra Industri Keripik Kota Bandar Lampung dalam meningkatkan Perkembangan UMKM.
- b. Untuk mengetahui Perspektif Ekonomi Islam dalam peranan pelatihan yang dilakukan Sentra Industri Keripik Kota Bandar Lampung.

2. Manfaat Penelitian

Dari penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat sebagai berikut:

- a. Manfaat Teoritis

Secara teoritis penelitian ini dapat menjadi temuan baru tentang peranan pelatihan menggunakan aplikasi digital sebagai sarana komunikasi pemasaran online. Selain itu penelitian ini juga bisa menjadi bahan pertimbangan bagi prodi ekonomi islam khususnya untuk bahan bacaan atau referensi bagi semua pihak. Semoga kegiatan penelitian ini bermanfaat dan memberikan pengetahuan baru bagi semua pihak.

- b. Manfaat praktis

Secara praktis penelitian ini diharapkan mampu mewujudkan suatu yang berguna bagi masyarakat.

H. Metode Penelitian

Metode penelitian berasal dari kata “metode” yang artinya cara yang tepat untuk melakukan sesuatu, dan “logos” yang artinya ilmu atau

pengetahuan, jadi metodologi adalah cara melakukan sesuatu dengan menggunakan pikiran secara seksama untuk mencapai tujuan. Sedangkan penelitian adalah suatu kegiatan untuk mencari, mencatat, sampai menyusun laporannya.²¹

Suatu karya dapat dikatakan sebagai karya ilmiah jika dalam penyusunannya telah sesuai dengan sistematika karya ilmiah dan memiliki bobot ilmiah. Untuk mendukung penulisan skripsi sehingga mempunyai bobot ilmiah, maka diperlukan metode yang berfungsi sebagai alat untuk mencapai tujuan agar penelitian mempunyai relevansi dalam tiap babnya sehingga mudah dipahami.

Metode penelitian adalah cara evaluasi, analisis dan seleksi berbagai alternatif, cara atau teknik. Metode ilmiah adalah cara menerapkan prinsip-prinsip logis terhadap penemuan, pengesahan, dan penjelasan. Metode penelitian merupakan sub bagian perencanaan usulan penelitian. Rencana penelitian harus logis, diikuti unsur-unsur yang urut, konsistensi, dan operasional, menyangkut bagaimana penelitian tersebut akan dijalankan.²² Penelitian yang akan dilaksanakan ini merupakan penelitian yang sifatnya deskriptif kualitatif.

Penelitian tentang “Analisis Peranan Pelatihan Program Kampung UKM Digital Terhadap Perkembangan UMKM Dalam Perspektif Ekonomi

²¹Cholid Narbuko dan Abu Achmadi, *Metodologi Penelitian*, Bumi Aksara, Jakarta, 2009, h. 1.

²²Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan ; Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung : Alfabeta, 2013) h. 11.

Islam” (Studi Pada Sentra Industri Keripik Kota Bandar Lampung). Berikut adalah hal-hal yang berkaitan dengan metode penelitian yang akan digunakan:

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian (Field Research). Penelitian lapangan adalah penelitian yang langsung dilakukan dilapangan atau kepada responden.²³ Penelitian yang menggunakan kenyataan atau realitas lapangan sebagai sumber data primer yang objek utamanya adalah Peranan Pelatihan yang dilakukan Mitra UKM di Sentra Industri Keripik Kota Bandar Lampung. Data pendukung dan pelengkap lainnya adalah dari buku-buku yang berkaitan dengan materi pembahasan, serta dari sumber-sumber lainnya yang berkaitan dengan permasalahan penelitian.

2. Sifat Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif adalah suatu metode dalam meneliti status sekelompok manusia, suatu objek, suatu kondisi, suatu sistem pemikiran, ataupun suatu kelas pada masa sekarang. Tujuan dari penelitian deskriptif adalah untuk membuat deskriptif, gambaran, atau lukisan secara sistematis, faktual, akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antara fenomena yang diselidiki.

Dari berbagai data yang telah dikumpulkan akan diolah dan dianalisis terkait “Analisis Peranan Pelatihan Program Kampung UKM

²³Etta Mamang Sangadji, Sophia, *Metodologi Penelitian Pendekatan Praktis Dalam Penelitian*, Cv. Andi Offset, Yogyakarta, 2010, h. 28.

Digital Terhadap Perkembangan UMKM Dalam Perspektif Ekonomi Islam” (Studi Pada Sentra Industri Keripik Kota Bandar Lampung).

3. Sumber Data

Dalam penelitian ini peneliti mengumpulkan data atau informasi dengan cara membaca, mengutip, dan menyusun berdasarkan data-data yang telah diperoleh. Dalam penulisan skripsi ini data yang peneliti peroleh berasal dari data primer dan data sekunder.

a. Data Primer

Data primer yaitu data yang langsung dikumpulkan oleh peneliti (atau petugas-petugasnya) dari sumber pertamanya.²⁴ Data primer adalah data pokok, atau data yang diperoleh secara langsung, dari sumber data pertama yaitu lokasi penelitian (objek penelitian). Data primer dalam penelitian ini dapat diperoleh dari Mitra UKM. Sumber data primer dalam penelitian ini dapat diperoleh dari hasil penelitian yang dilakukan di Sentra Industri Keripik Kota Bandar Lampung, dengan melihat peranan pelatihan yang dilakukan oleh Mitra UKM.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh orang yang melakukan penelitian dari sumber-sumber yang ada atau diperoleh dari sumber internal maupun eksternal.²⁵ Sumber data sekunder (data tidak langsung) adalah data yang diperoleh dari laporan-laporan atau

²⁴Mardalis, *Metode Penelian Suatu Pendekatan Proposal*, PT Bumi Aksara, Jakarta, 2008, h. 26.

²⁵M. Iqbal Hasan, *Pokok-Pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*, Ghalia Indonesia, Jakarta, 2000, h. 82.

data yang dapat dilihat dari responden serta diperoleh dari literatur-literatur seperti: dokumen, buku-buku referensi, artikel, internet, jurnal, dan lain sebagainya yang berkaitan dengan kampung UKM digital.

4. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi adalah suatu kelompok dari elemen penelitian, dimana elemen adalah unit terkecil yang merupakan sumber dari data yang diperlukan.²⁶ Populasi dalam penelitian disini adalah Mitra UKM di Sentra Industri Keripik Pisang kota Bandar Lampung dengan berjumlah 10 Produsen Keripik Pisang.

b. Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi itu. Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi.²⁷ Pengambilan sampel dilakukan dengan cara *purposive sampling* adalah pengambilan sampel yang bersifat tidak acak, dimana sampel dipilih berdasarkan pertimbangan-pertimbangan tertentu. Sebagai perkiraan apabila subjeknya kurang dari 100 maka lebih baik diambil semua sehingga penelitiannya merupakan penelitian populasi. Jika subjeknya besar maka dapat diambil antara 10-15% atau 20-25% atau lebih.²⁸ Berdasarkan data populasi yang ada, total keseluruhan Mitra UKM di Sentra Industri Keripik Pisang kota Bandar Lampung berjumlah 10

²⁶Mudrajat Kuncoro, *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi*, Erlangga, Jakarta, 2009, h. 82.

²⁷Sugiyono, *Statistik Untuk Penelitian*, Alfabeta, Bandung, 2006, h. 56.

²⁸Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan ; Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung : Alfabeta, 2013) h. 15.

Produsen Keripik Pisang, karena sampelnya kurang dari 100 maka penulis mengambil seluruh populasi yang hanya berjumlah 10 Produsen saja.

5. Metode Pengumpulan Data

Melihat dari permasalahan yang akan diteliti, maka dalam hal ini peneliti menggunakan beberapa metode dalam pengumpulan data, yaitu sebagai berikut:

a. Metode Observasi

Metode Observasi atau pengamatan langsung adalah suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dua diantara yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan. Teknik pengumpulan data dengan observasi digunakan bila, penelitian berkenaan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam dan bila responden yang diamati tidak terlalu besar.²⁹

Dalam penelitian ini penulis melakukan observasi langsung di Sentra Industri Keripik Kota Bandar Lampung untuk mengamati objek penelitian secara langsung dan lebih mendalam guna mendapatkan informasi.

b. Metode Wawancara/Interview

Metode Wawancara/Interview adalah cara pengumpulan data dengan mengadakan tanya jawab langsung kepada objek yang diteliti.

²⁹Syofian Siregar, *Statistik Deskriptif untuk Penelitian*, Rajawali Pers, Jakarta, 2012, h. 60.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode interview, yaitu tanya jawab terarah untuk mengumpulkan data yang relevan saja.³⁰

Dalam metode ini, wawancara ditunjukan kepada pihak Mitra UKM di Sentra Industri Keripik Kota Bandar Lampung yang memiliki informasi tentang permasalahan yang di teliti.

6. Metode Analisis Data

Penelitian ini bersifat kualitatif dengan pendekatan induktif. Penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang tidak dapat dicapai (diperoleh) dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau cara-cara lain dari kuantifikasi (pengukuran).³¹ Pendekatan induktif adalah pendekatan yang dilakukan untuk membangun sebuah teori berdasarkan hasil pengamatan atau observasi yang dilakukan secara berulang-ulang dan membentuk pola yang akan melahirkan hipotesis yang berasal dari pola pengamatan yang dilakukan dan barulah diperoleh sebuah teori.³²

Analisis data bukan hanya merupakan tidak lanjut logis dari pengumpulan data, tetapi juga merupakan proses yang tidak terpisahkan dengan pengumpulan data dimulai dengan menelaah seluruh data yang tersedia dari berbagai sumber, yaitu informan kunci hasil wawancara, dari

³⁰Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*, Bumi Aksara, Jakarta, 2004, h. 19.

³¹V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*, Pustaka Baru Press, Yogyakarta, 2015, h. 11.

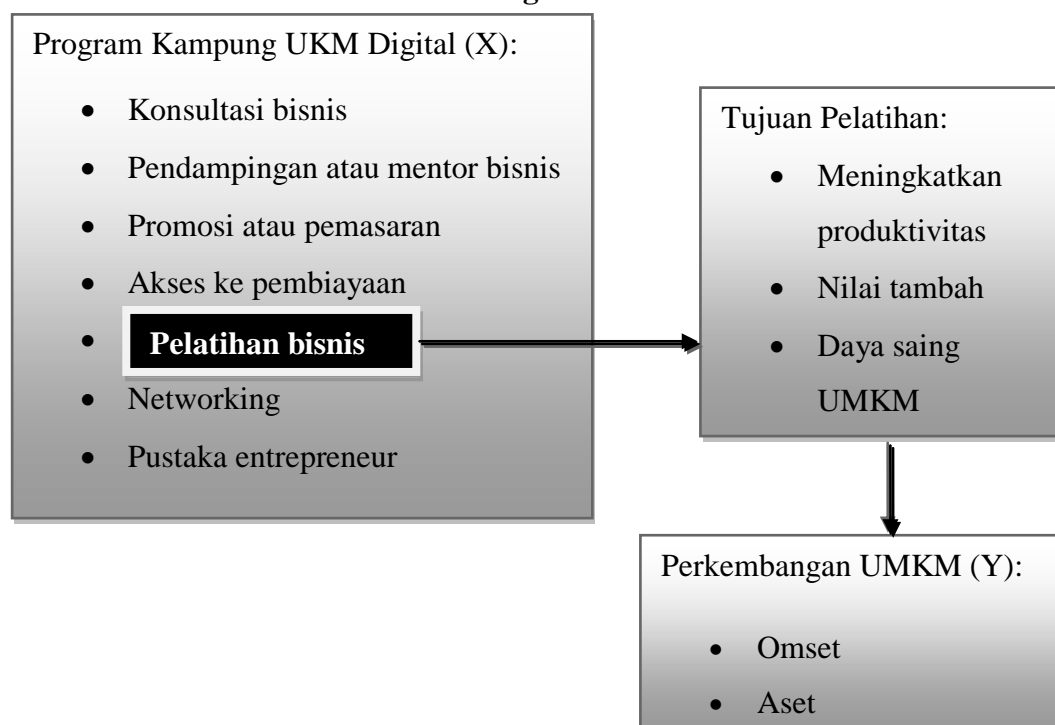
³²Nazir, Mochammad, *Metode Penelitian* Jakarta: PT Salemba Empat, 2003, h. 12.

hasil pengamatan yang tercatat dalam berkas di lapangan, dan dari hasil studi dokumentasi.³³

7. Kerangka Berfikir

Kerangka pemikiran teoritis pada penelitian Analisis Peranan Pelatihan Program Kampung UKM Digital Terhadap Perkembangan UMKM di Sentra Industri Keripik Kota Bandar Lampung dapat dijelaskan pada bagan berikut:

Tabel 1.1
Kerangka Berfikir



*Sumber : Penulis

Dari tabel kerangka berfikir diatas dapat dijelaskan bahwa penelitian yang berjudul Analisis Peranan Pelatihan Program Kampung UKM Digital Terhadap Perkembangan UMKM Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Sentra Industri Keripik Kota Bandar

³³Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, Alfabeta, Bandung, 2014, h. 438.

Lampung) ini mempunyai tujuh jenis layanan yang dipersiapkan. Ketujuh layanan itu terdiri dari konsultasi bisnis, pendampingan atau mentor bisnis, promosi atau pemasaran, akses ke pembiayaan, pelatihan bisnis, networking serta pustaka entrepreneur.

Perkembangan UMKM diciptakan untuk dapat membantu para pelaku usaha dalam mencapai sasaran, dalam hal ini antara lain: Omset dan Aset. Peranan Pelatihan yang dituju adalah untuk meningkatkan produktivitas, nilai tambah, dan daya saing UMKM. Dalam Pandangan Ekonomi Islam, Nabi Muhammad Saw bersabda dalam beberapa hadits menekankan pentingnya wirausaha. Dalam hadits riwayat Ahmad Bukhari beliau bersabda, “Hendaklah kamu berdagang (berbisnis), karena di dalamnya terdapat 90 persen pintu rezeki.” Dalam hadits yang lain beliau bersabda, “Sesungguhnya sebaik-baik pekerjaan adalah perdagangan (bisnis)”.

8. Penelitian Terdahulu

Pelaksanaan penelitian terdahulu ini dimaksudkan untuk menggali informasi tentang ruang penelitian yang berkaitan dengan penelitian ini. Dengan penelusuran penelitian ini akan dipastikan sisi ruang yang akan diteliti dalam ruangan ini, dengan harapan penelitian ini tidak tumpang tindih dan tidak terjadi penelitian ulang dengan penelitian terdahulu. Penelitian terdahulu yang dipilih untuk dikedepankan dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 1.2
Penelitian Terdahulu

No.	Nama, Tahun, Judul Penelitian	Fokus Penelitian	Analisis Data	Hasil
1.	Hendry Meilana Trenggono, 2009, Analisis Potensi dan Hambatan UMKM Depok	Profil UMKM, Potensi dan Permasalahan	Penyajian data dengan SIG, dan analisis data dengan statistik deskriptif	UMKM Depok mempunyai potensi pada aspek modal, aspek pemasaran dan aspek manajemen. Hambatannya ada pada modal, produksi dan pemasaran.
2.	Jaka Sriyana, 2010, Strategi Pengembangan UKM (Studi Kasus di Kabupaten Bantul)	Identifikasi permasalahan UKM untuk menentukan Strategi Pengembangan	Statistik deskriptif	Permasalahan yang dihadapi UKM Bantul adalah: (1) Pemasaran, (2) modal dan pendanaan, (3) inovasi dan pemanfaatan teknologi informasi, (4) pemakaian bahan baku, (5) peralatan produksi, (6) penyerapan dan pemberdayaan tenaga kerja, (7) rencana pengembangan usaha, (8) kesiapan menghadapi tantangan lingkungan eksternal.
3.	Sukesi, 2011, Analisis Implementasi Pemberdayaan UMKM Kota Malang	Identifikasi potensi dan permasalahan serta faktor yang mempengaruhi pengembangan UMKM Kota Malang	Statistik deskriptif	Hambatannya ada pada modal, produksi, kelembagaan, aspek teknologi, bahan baku, pemasaran, dan tenaga kerja.

4.	Rusdarti, 2010, Potensi Ekonomi Daerah dalam pengembangan UKM unggulan di Ungaran Kabupaten Semarang	Penentuan sektor unggulan	Analisis <i>Location Quotient (LQ)</i>	Sektor Unggulan di Ungaran adalah industri pengolahan.
5.	Haryadi, 2011, Profil dan Permasalahan UMKM dalam kajian pemanfaatan bantuan pemerintahan untuk pengembangan UMKM Provinsi Jambi	1. Gambaran umum tentang pemanfaatan bantuan pemerintah dalam pengembangan UMKM 2. Hambatan yang dihadapi	Studi kepustakaan dan studi lapangan	1. Tidak semuanya bantuan modal pemerintah digunakan sesuai dengan tujuan pemerintahan 2. Modal bukan satu-satunya faktor penghambat faktor lain yaitu kualitas SDM, perencanaan, pembinaan, dan pengawasan.

Penelitian ini berbeda dengan penelitian sebelumnya. Hal yang membedakan adalah:

1. Penelitian ini berusaha untuk menemukan inovasi baru dalam sebuah penelitian terbaru dengan membahas tentang program kampung UKM digital.
2. Setelah ditemukan keunggulan program pelatihan bisnis kemudian dilakukan dengan melihat perkembangan UKM.

BAB II

PENDEKATAN TEORITIS

A. Peranan Pelatihan Program Kampung UKM Digital

1. Pengertian Pelatihan

Definisi pendidikan dan pelatihan mengingat pentingnya pendidikan dan pelatihan bagi setiap orang umumnya dan bagi setiap karyawan suatu instansi khususnya, agar para karyawan mempunyai pengetahuan baik yang formal maupun yang tidak formal, yang didapat dari pendidikan yang diadakan atau diberikan suatu instansi, hal ini dapat dilihat dari tujuan pendidikan dan pelatihan, pendidikan dan pelatihan kerja dapat digunakan oleh pimpinan sebagai alat ukur intelegansi para karyawan, karena dengan adanya pendidikan dan pelatihan maka akan tercipta efektifitas dan efisiensi waktu pada para karyawan.³⁴

Pengertian pelatihan menurut para ahli, diantaranya :

- 1) Pelatihan merupakan; Bagian dari pendidikan. Pelatihan bersifat spesifik, praktis, dan segera. Spesifik berarti pelatihan berhubungan dengan bidang pekerjaan yang dilakukan. Praktis dan segera berarti yang sudah dilatihkan dapat dipraktikkan.³⁵
- 2) Pelatihan yaitu; Suatu usaha peningkatan pengetahuan dan keahlian seorang pegawai untuk mengerjakan suatu pekerjaan tertentu.³⁶
- 3) Pelatihan merupakan; proses pendidikan jangka pendek yang mempergunakan prosedur yang sistematis dan terorganisir, sehingga karyawan operasional belajar pengetahuan teknik pengerjaan dan

³⁴ Mangkunegara, Anwar Prabu, *Evaluasi Kinerja SDM*, Bandung: Refika Aditama, 2005, h. 27.

³⁵ Kadarisman, M. *Manajemen Pengembangan Sumber Daya Manusia*, Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2012, h.34.

³⁶ Mathis, et.al. *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Jakarta: PT Salemba Empat, 2001, h. 30.

keahlian untuk tujuan tertentu.³⁷

Adapun metode yang dapat digunakan dalam pelaksanaan program pelatihan yaitu:³⁸

1. *On the job training* (pendidikan dan pelatihan ditempat kerja)

Merupakan pelatihan kepada karyawan untuk mempelajari suatu pekerjaan sambil mengerjakannya.

2. *Job instruction training* (pendidikan dan pelatihan instruksi

jabatan) Merupakan pendaftaran masing-masing tugas dasar jabatan, bersama dengan titik-titik kunci untuk memberikan pelatihan langkah demi langkah kepada karyawan.

3. *Lectures* (pembelajaran) Pendidikan dan pelatihan dengan cara

yang cepat dan sederhana dalam menyajikan pengetahuan kepada para peserta pelatihan, seperti 17 ketika para penjual harus diajarkan ciri spesial dari sebuah produk baru

4. *Audio visual training* (Pendidikan dan pelatihan audio visual)

Pendidikan dan pelatihan karyawan dengan menggunakan teknik audio visual seperti film, televisi, audio tape dan video tape, cara ini dapat menjadi sangat efektif dan digunakan secara meluas.

5. *Programmed learning* (pembelajaran terprogram) Suatu metode

sistematik untuk mengajarkan keterampilan yang mencakup

³⁷Marwansyah, *Manajemen Sumber Daya Manusia, Edisi Kedua*, Bandung: Alfabeta, 2012, h. 34.

³⁸Hartatik, Indah Puji, *Buku Praktis Mengembangkan SDM*. Yogyakarta: Laksana, 2014, h. 24.

penyajian pertanyaan atau fakta, memungkinkan karyawan untuk memberikan tanggapan dan memberikan peserta belajar umpan balik segera tentang kecermatan jawabannya.

- . 6. *Vestibule or simulated training* (Pendidikan dan pelatihan serambi atau simulasi) Pendidikan dan pelatihan karyawan pada peralatan khusus diluar tempat kerja, seperti pelatihan pilot dalam pesawat, sehingga biaya dan bahaya dapat dikurangi.

7. *Training computer assisted instruction* (Pendidikan dan pelatihan berdasarkan komputer) Merupakan pendidikan dan pelatihan karyawan dengan menggunakan komputer, Pendidikan dan pelatihan ini menggunakan sistem berdasarkan komputer secara interaktif meningkatkan pengetahuan atau keterampilan peserta pelatihan. Pelatihan berdasarkan komputer hampir selalu mencakup penyajian para peserta pelatihan dengan simulasi terkomputerisasi dan penggunaan multi media termasuk video tape untuk membantu peserta pelatihan belajar bagaimana melakukan pekerjaannya.

Berdasarkan beberapa definisi Pendidikan dan Pelatihan diatas, maka dapat ditarik suatu kesimpulan bahwa pendidikan dan pelatihan adalah upaya meningkatkan pengembangan Sumber Daya Manusia, terutama untuk mengembangkan kemampuan intelektual dan kepribadian para pegawai. Pendidikan dan Pelatihan dalam suatu institusi atau

organisasi biasanya disatukan mejadi Diklat (Pendidikan dan Pelatihan) dan unit yang menangani pendidikan dan pelatihan pegawai biasa disebut Pusdiklat (Pusat Pendidikan dan Pelatihan).

Pelatihan merupakan bagian dari suatu proses pendidikan, yang tujuan untuk meningkatkan kemampuan dan keterampilan seseorang atau sekelompok orang sedangkan Latihan adalah salah satu cara untuk memperoleh keterampilan tertentu. Pada umumnya pendidikan berkaitan dengan mempersiapkan calon tenaga kerja yang diperlukan suatu instansi atau perusahaan, sedangkan pelatihan lebih berkaitan dengan peningkatan kemampuan dan keterampilan karyawan yang menduduki suatu pekerjaan atau tugas tertentu. Jangka waktu pelatihan pada umumnya relatif pendek dari pada pendidikan, demikian pula metode belajar mengajar yang digunakan pelatihan lebih modern dibandingkan pendidikan. Pada akhir suatu pelatihan biasanya peserta hanya akan mendapatkan sertifikat sedangkan pendidikan pada umumnya para peserta akan mendapatkan sebuah gelar tertentu.³⁹

Pendidikan dan pelatihan memiliki cara atau jenis penyampaianya, seperti metode-metode latihan yaitu:⁴⁰

a) *On the job*

Para peserta latihan langsung bekerja ditempat untuk belajar dan meniru

³⁹Mangkunegara, Anwar Prabu, *Evaluasi Kinerja SDM*, Bandung: Refika Aditama, 2005, h. 32.

⁴⁰ Suharyanto, et. al. *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Media Wacana, Yogyakarta, 2005, h. 21.

suatu pekerjaan dibawah bimbingan seorang pengawas. Metode ini dibedakan dalam 2 cara yaitu :

- 1) Cara Informal yaitu pelatih menyuruh peserta latihan untuk memperhatikan orang lain yang sedang melakukan pekerjaan, kemudian ia diperhatikan untuk mempraktekannya.
- 2) Cara Formal yaitu supervisor menunjuk seorang karyawan senior untuk melakukan pekerjaan tersebut, selanjutnya para peserta latihan melakukan pekerjaan sesuai dengan cara-cara yang dilakukan karyawan senior.

b) Vestibule

Adalah metode latihan yang dilakukan dalam kelas yang biasanya diselenggarakan dalam suatu perusahaan industri atau instansi untuk memperkenalkan pekerjaan kepada karyawan baru dan melatih mereka mengerjakan pekerjaan tersebut.

c) Demonstration and Example

Adalah metode latihan yang dilakukan dengan cara peragaan dan penjelasan bagaimana cara-cara mengerjakan suatu pekerjaan melalui contoh-contoh atau percobaan yang di demonstrasikan.

d) Simulation

Simulasi merupakan suatu situasi atau kejadian yang ditampilkan semirip mungkin dengan situasi yang sebenarnya tapi hanya merupakan tiruan saja.

e) Apprenticeship

Metode ini suatu cara untuk mengembangkan keahlian pertukangan sehingga para pegawai yang bersangkutan dapat mempelajari segala aspek dari pekerjaan.

f) Classroom Methods

Metode pertemuan dalam kelas meliputi *lecture* (pengajaran), *conference* (rapat), *programmed instruction*, metode studi kasus, *role playing*, metode diskusi dan metode seminar.

g) Metode Pendidikan atau Education Methods

Metode Pendidikan dalam arti sempit yaitu meningkatkan keahlian dan kecakapan manajer memimpin para bawahannya secara efektif. Seorang manajer yang efektif pada jabatannya akan mendapatkan hasil yang optimal. Hal inilah yang memotivasi instansi memberikan pendidikan terhadap pegawainya.

2. Pengertian Program Kampung UKM Digital

Kampung UKM Digital adalah Pemanfaatan teknologi Informasi secara komprehensif dan integratif untuk mendukung proses bisnis yang berjalan di Sentra UKM atau UKM yang terpusat di suatu lokasi tertentu dalam rangka mewujudkan Jutaan UKM yang Maju, Mandiri, dan Modern.

Inisiasi Kampung UKM Digital ini merupakan bagian dari program BAGUS Indonesia (Bina Aspirasi Gerakan Sejuta UKM Seluruh Indonesia) dan merupakan wujud bakti PT Telekomunikasi Indonesia untuk membantu UKM Indonesia dalam rangka modernisasi dan peningkatan kompetensi UKM melalui ICT. Melalui ICT diharapkan UKM juga mampu untuk memiliki daya saing dalam tingkat global dan turut serta berkontribusi dalam pertumbuhan ekonomi Indonesia. Launching Kampung UKM Digital tanggal peresmian sama dengan peresmian gedung baru UPTD PLUT-KUMKM Provinsi Lampung pada tanggal 09 Agustus 2017 berada di alamat kompleks PKOR Way Halim, Perumnas, Kota Bandar Lampung dan diresmikan oleh Deputy Bidang Restrukturasi Usaha, Wakil Gubernur Lampung, Sekretaris Dinas Koperasi dan UMKM Provinsi Lampung, beserta Kepala UPTD PLUT-KUMKM Provinsi Lampung.⁴¹ Website *kampung UKM digital* ini adalah: *kampungukmdigital.com*

Implementasi dari Kampung UKM Digital ini ditandai dengan beberapa parameter diantaranya:

- Tersedianya jaringan infrastruktur telekomunikasi yang menjangkau seluruh wilayah Kampung UKM.
- Adanya wadah komunitas/volunteer UKM.

⁴¹Asep Kartiwan, Deputy Executive Vice President PT. Telkom Regional 1 Sumatera. Saat mengadakan launching Kampung UKM “*Lampung Goes Digital*” di Gedung PKOR Way Halim, Bandar Lampung, 2017.

- Dilakukan pemanfaatan solusi dan layanan Teknologi Informasi di dalam lingkungan Kampung UKM Digital.

Tahapan Implementasi Kampung UKM Digital ini dilakukan secara bertahap dengan melibatkan pentahelix stakeholder yang ada diantaranya Pemerintah, Komunitas, Pelaku Bisnis, Akademisi dan juga Media.⁴² Semua pihak ini diharapkan dapat berkolaborasi untuk memajukan UKM melalui pemanfaatan ICT yang dilakukan. Tahapan Implementasi dari Kampung UKM Digital ini diantaranya:⁴³

1. Inisiasi kerjasama dengan pentahelix stakeholder yang ada (Pemerintah, Komunitas, Pelaku Bisnis, Akademisi dan juga Media).
2. Penarikan jaringan infrastruktur ke lokasi Kampung UKM.
3. Pelatihan dan Pembinaan ICT untuk Pengelola Kampung UKM.
4. Implementasi layanan dan solusi ICT (portal online, bostoko, dan layanan ICT lainnya) di lingkungan kampung UKM.
5. Kerjasama dengan komunitas ukm lainnya dan stakeholder terkait untuk pembinaan bisnis.
6. Pengembangan atau duplikasi implementasi Kampung UKM Digital di Kampung UKM lain yang belum memanfaatkan ICT.
7. Penyediaan produk dan layanan lain untuk ekstensifikasi layanan UKM khususnya untuk business environment.

Kini dapat dikatakan bahwa keberadaan Kampung UKM digital

⁴²Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia pada Rapat Koordinasi Nasional “Pengembangan Program Kampung UKM Digital”, Jakarta 2017.

⁴³Tambunan, T. T. H., 2008, *Masalah Pengembangan UKM di Indonesia, Sebuah Upaya Mencari Jalan Alternatif*, Makalah Forum Keadilan Ekonomi, Institute For Global Justice, Diakses dari <http://www.kadin-indonesia.or.id> pada tanggal 01 April 2018.

telah mengalami perkembangan. Perkembangan Kampung UKM digital itu dapat dipengaruhi setidaknya oleh beberapa faktor. *Pertama*, tingkat pendidikan masyarakat Indonesia, khususnya mereka yang berada di kampung-kampung. Apabila pendidikan mereka semakin baik, tentunya hal ini dapat pula menjadikan mereka semakin “*melek* teknologi informasi”. Secara teoritis, untuk sampai ke tahap *melek* teknologi informasi, maka harus diawali dulu dengan apa yang disebut dengan “*melek* informasi” (*information literacy*). Oleh karena itu, maka keadaan *melek* teknologi informasi ini jelas menempatkan pendidikan sebagai faktor (kunci) utamanya.⁴⁴ *Kedua*, akses terhadap teknologi informasi. Saat ini, teknologi informasi sudah menjadi sesuatu yang umum, yang cenderung dapat dengan mudah diakses (dijangkau) dan dipelajari oleh sebagian anggota masyarakat.⁴⁵ *Ketiga*, keseriusan upaya dari pemerintah untuk semakin memperkenalkan teknologi informasi kepada masyarakat, yang hal ini tidak lain akan bermuara pada upaya mewujudkan tata kelola pemerintahan yang baik yang berbasis teknologi informasi (*good e-government*).⁴⁶

Kendala seperti tersebut di atas, kemudian memicu pemerintah, khususnya Kementerian Komunikasi dan Informasi (Kominfo), untuk

⁴⁴Abdul Rahman Harahap, “Tingkat Pemahaman Masyarakat terhadap Aplikasi Komputer dan Internet”, *Jurnal Penelitian Komunikasi dan Pembangunan*, Vol. 11 No. 1, April 2010, h. 134-135.

⁴⁵Penelitian dari Nani Grace Simamora, “Ketertarikan Masyarakat dalam Mengakses Informasi IPTEK dengan Menggunakan Media KOMINFO: Tinjauan Empirik”, *Jurnal Penelitian Pos dan Informatika*, Vol. 1 No.1, September 2011, h. 29-30.

⁴⁶Ely Sufianti, “Aplikasi *E-Government* dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Publik pada Beberapa Pemerintah Daerah Kota/Kabupaten di Indonesia”, *Jurnal Ilmu Administrasi*, Vol. 4 No. 4, Desember 2007, h. 363.

menjadikan teknologi dan informasi sebagai pilar bangsa, penghasil devisa baru, sebagai penyerapan tenaga kerja, menjadi alat mencerdaskan bangsa dan alat demokrasi serta menjaga Negara Kesatuan Republik Indonesia, termasuk kampung-kampung yang ada di dalamnya. Diupayakanlah kemudian agar kampung-kampung itu memiliki akses terhadap teknologi dan informasi, sekaligus menyiapkan masyarakatnya agar mampu menggunakan teknologi tersebut.⁴⁷ Sehingga pada perkembangan selanjutnya, lahirlah program kampung UKM digital di beberapa daerah di Indonesia.

Secara konseptual, program kampung UKM digital merupakan program untuk menjadikan kampung sebagai wilayah pembangunan yang memberdayakan masyarakat dengan sarana teknologi informasi yang memadai.⁴⁸ Jadi, ada 2 (dua) kata kunci yang sekaligus menjadi unsur penting di dalam konsep kampung UKM digital tersebut, yaitu: pemberdayaan masyarakat, dan teknologi informasi. Menurut Rusbiyanti Sripeni, pemberdayaan masyarakat pada hakekatnya merupakan upaya untuk menggali potensi-potensi yang sudah ada dan selalu perlu ditingkatkan, sehingga itu menjadi kampung UKM digital unggulan sesuai dengan kondisi dan kebutuhan mereka.⁴⁹

⁴⁷Tatiek Mariyati, "Pembangunan Desa dengan Memanfaatkan Strategi Pemerataan Akses Internet dan Penyebaran Informasi", *Jurnal Pos dan Telekomunikasi*, Vol. 7 No. 3, September 2009, h. 35 dan 38.

⁴⁸Sukma Dwi Priardi, 2011, "Peran Strategis Perbankan dalam Mendukung Terwujudnya Kampung UKM Digital di Indonesia", dimuat dalam *Buku Program Seminar Nasional Teknologi Berkelanjutan 2011*, Purwokerto: Universitas Jenderal Soedirman, Dewan Teknologi Informasi dan Komunikasi Nasional, serta Masyarakat Telematika Indonesia, h. 22.

⁴⁹Rusbiyanti Sripeni, "Pemberdayaan Masyarakat Desa melalui Pelatihan Keterampilan

Kampung UKM digital juga menjadi salah satu program dari PT. Telkom yang mengemban visi untuk menjadikan teknologi informasi dan telekomunikasi sebagai nilai tambah ekonomi daerah. Tujuan dari program kampung UKM digital ini ialah agar masyarakat yang ada di perkampungan dapat mengakses informasi yang setara dengan masyarakat perkotaan.

Perwujudan program kampung UKM digital ini melalui tahap-tahap, yang secara garis besarnya terdiri dari tahap membangun jaringan telekomunikasi berupa telepon, tahap memperkenalkan dan menyediakan teknologi komputer, tahap memperkenalkan dan menyediakan akses *internet*, hingga sampai ke tahap kampung UKM digital yang bersangkutan dapat membuat dan mengelola situsnya sendiri (memiliki *website*).

B. Transaksi dan Marketplace dalam Perspektif Ekonomi Islam

1. Pengertian Transaksi dan Marketplace

Transaksi secara etimologi yaitu persetujuan jual beli (dalam perdagangan) antara dua pihak, pelunasan (pembayaran)

dan Kontribusinya terhadap Kesejahteraan Keluarga”, *Jurnal Sosial*, Vol. 9 No. 2, September 2008, h. 50-51.

(seperti dalam bank).⁵⁰ Transaksi secara terminologi adalah suatu aktivitas perusahaan yang menimbulkan perubahan terhadap posisi harta keuangan perusahaan, misalnya seperti menjual, membeli, membayar gaji serta membayar berbagai macam biaya yang lainnya.⁵¹

Marketplace yaitu pasar di internet, sebagaimana pasar pada umumnya. Namun pasar ini hanya dapat dilakukan dalam bentuk elektronik ataupun internet.⁵² *Marketplace* bisa dianggap sebagai penyedia jasa mall *online*, namun yang berjualan bukan penyedia *website*, melainkan anggota-anggota yang mendaftar untuk berjualan di *website marketplace* yang bersangkutan. *Marketplace* umumnya menyediakan lapisan keamanan tambahan untuk setiap transaksi yang terjadi, seperti sistem pembayaran *escrow* atau lebih dikenal sebagai rekening bersama.⁵³ Jadi setiap transaksi didalam sistem *marketplace* tersebut, pihak *marketplace* akan menjadi pihak ketiga menerima pembayaran dan menjaganya hingga produk sudah dikirimkan oleh penjual dan diterima oleh pembeli. Setelah proses pengiriman selesai, barulah uang diteruskan kepihak penjual.⁵⁴

⁵⁰Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, Alfabeta, Bandung, 2014, h. 238.

⁵¹<http://www.pengertianku.net/2014/12/pengertian-transaksi-dan-bukti-transaksi-terlengkap.html> diakses pada tanggal 25 Januari 2018 pada pukul 08.22.

⁵²<http://javaindoland.forumakers.com/t186-apa-itu-e-marketplace> diakses pada tanggal 25 Januari 2018 pada pukul 09.00.

⁵³Rekening Bersama (Rekber) adalah rekening pihak ketiga yang dipakai untuk menampung dana transaksi jual beli online, jika transaksi gagal, uang masih aman di rekber dan akan dikembalikan ke pembeli. Lihat: <https://www.mangrekber.com/> diakses pada tanggal 25 Januari 2018 pada pukul 09.12.

⁵⁴https://id.wikipedia.org/wiki/Perdagangan_elektronik diakses pada tanggal 25 Januari 2018 pukul 09.30.

Marketplace merupakan media *online* berbasis internet (*web based*) tempat melakukan kegiatan bisnis dan transaksi antara pembeli dan penjual. Pembeli dapat mencari *supplier* (penjual) sebanyak mungkin dengan kriteria yang diinginkan, sehingga memperoleh sesuai harga pasar. Sedangkan bagi *supplier* (penjual) dapat mengetahui perusahaan-perusahaan yang membutuhkan produk atau jasa mereka. Aktivitas bisnis menjadi lebih efisien dan luas dalam memperkenalkan bisnis atau usaha ke banyak *client* (pelanggan) secara global tanpa ada batasan jarak dan *regional* (tempat).⁵⁵ *Marketplace* merupakan sebuah pasar *virtual* (nyata) dimana pasar tersebut menjadi tempat bertemunya pembeli dan penjual untuk melakukan transaksi. *Marketplace* mempunyai fungsi yang sama dengan sebuah pasar tradisional, hanya saja *marketplace* ini lebih terkomputerisasi dengan menggunakan bantuan sebuah jaringan dalam mendukung sebuah pasar agar dapat dilakukan secara efisien dalam menyediakan *update* informasi dan layanan jasa untuk penjual dan pembeli yang berbeda-beda.⁵⁶

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan, *Marketplace* merupakan tempat berkumpulnya kegiatan jual beli secara *online* dengan menjual produk atau jasa yang dimiliki produsen yang disesuaikan dengan harga pasar.

⁵⁵<http://muhzulfikarfr.blogspot.co.id/2016/11/normal-0-false-false-false-en-us-x-none.html> diakses pada tanggal 25 Januari 2018 pukul 09.32.

⁵⁶<http://coretanganda.blogspot.co.id/2015/05/e-marketplace.html> diakses pada tanggal 25 Januari 2018 pukul 09.40.

2. Sejarah Berdirinya Marketplace

Sejarah bisnis *online* berawal mulai tahun 1980-an saat mulai digunakannya surat elektronik (*e-mail*). *E-mail* dipakai untuk mengirimkan data elektronik seperti pesan teks, foto, video atau audio yang dikirim melalui perangkat komputer ke komputer atau dari komputer ke selular. Jadi, bisnis *online* ketika itu masih sebatas mengandalkan teknologi yang bernama *e-mail*.⁵⁷ Ada pula yang menyebutkan belanja *online* pertama dilakukan pada 1979 di Inggris. Saat itu Michael Aldrich mampu menghubungkan televisi dengan komputer yang bisa memproses *transaksi real time* melalui sarana kabel telepon.⁵⁸ Dari temuan itu, sejak 1980 ia berjualan dengan sistem belanja *online* ke penjuru Inggris. Hingga merebak ke beberapa negara, misalnya Perancis. Negara ini memasarkan Nissan dan Peugeot menggunakan sistem *online*.

Di tanah air, sejarah bisnis *online* mulai terekam pada tahun 1990-an, namun tidak ada jejak pasti siapa yang memulai. Perkembangan sejarahnya lebih tampak dengan semakin banyaknya piranti bernama komputer dan penggunaanya dari waktu ke waktu, terutama dalam 10 tahun terakhir. Saat ini, diperkirakan sepertiga jumlah penduduk Indonesia sudah punya akses terhadap internet. *E-commerce* menjadi ‘Era Baru Sejarah

⁵⁷https://id.wikipedia.org/wiki/Perdagangan_elektronik diakses pada tanggal 25 Januari 2018 pukul 09.45.

⁵⁸<https://www.google.co.id/#q=http:%2F%2Ftustiya.blogspot.com++sejarah+belanja+online> diakses pada tanggal 25 Januari 2018 pukul 09.55.

Bisnis *Online* di Indonesia'.⁵⁹ Setelah tersebarnya bisnis *online e-commerce* di Indonesia kemudian lahirlah sebuah istilah baru yaitu *Marketplace*, yang menjadi 'Puncak Baru Sejarah Bisnis *Online* di Indonesia'. Perkembangan terbaru sejarah bisnis *online* di Indonesia dalam kisaran 5 tahun terakhir, para pelaku bisnis *online* semakin banyak yang mengembangkan investasinya dengan membangun mall *online* atau bisa kita sebut sebagai *marketplace*. Dalam *marketplace*, yang berjualan bukan pemilik situs, akan tetapi para anggotanya. Para anggota bisa membangun toko-toko onlinenya di *marketplace* ini. Beberapa *marketplace* itu seperti Tokopedia, OLX dan Zalora atau Lazada.⁶⁰

3. Market place yang Populer di Indonesia

Berikut beberapa *marketplace* yang populer di Indonesia:

a. Bukalapak

Didirikan pada awal 2010 Bukalapak bertumbuh sebagai salah satu produk *online* terbesar karya anak bangsa di Indonesia. Achmad Zaky selaku *CEO Chief Executive Officer* (Pejabat Eksekutif Tertinggi).⁶¹

Di website ini, para pengguna dapat melakukan aktivitas jual beli dengan harga pas maupun harga yang siap untuk dinegosiasikan. Saat ini berjualan di Bukalapak masih gratis.

⁵⁹Wikipedia menterjemahkan *e-commerce (electronic commerce)* atau perdagangan elektronik sebagai penyebaran, pembelian, penjualan, pemasaran dan jasa melalui sistem elektronik, baik melalui media internet, televisi maupun jaringan komputer atau *www*.

⁶⁰<http://www.caricariuangdiinternet.com/sejarah-bisnis-online-di-dunia/> diakses pada tanggal 25 Januari 2018 pukul 10.00.

⁶¹<http://www.tahupedia.com/content/show/489/Apa-Sih-Sebenarnya-Kerjaan-CEO-Itu> diakses pada tanggal 25 Januari 2018 pukul 10.05.

b. Tokopedia

Berdiri pada awal 2009, Tokopedia dinilai sebagai pemimpin pasar dalam ranah *marketplace online* di Indonesia. William Tanuwijaya selaku *CEO*. Tokopedia belum menarik biaya apapun dari para penjual.

c. Elevenia

Elevenia merupakan salah satu pemain termuda di daftar ini, namun mereka sangat agresif dan telah mencatat pertumbuhan sangat besar di tahun pertama operasinya. Diluncurkan pada bulan Maret 2014, perusahaan hasil *joint venture* antara XL Axiata dan SK Planet asal Korea Selatan. Elevenia mengambil komisi dari setiap penjualan di dalam platform.⁶²

d. Dinomarket

Dinomarket sudah cukup lama bercokol di dunia *e-commerce* Indonesia. Tidak heran jika saat ini memiliki ratusan ribu pengunjung setiap harinya dan memiliki jutaan produk yang dipasarkan di sana. Situs *dinomarket* cepat diakses. Dinomarket juga menjanjikan produk Anda yang dijual disana akan terdeteksi cepat oleh *Google* hanya dalam waktu 15 menit. Satu fitur yang sangat diminati oleh para pedagang *online*, tentunya.

e. Bazar Harian

Sangat mendukung sekali konsep syariah, dimulai dari menggunakan payment gateway dengan Bank – Bank Syariah. Tentu ini

⁶²<https://id.techinasia.com/marketplace-online-terbesar-indonesia-belanja> diakses pada tanggal 25 Januari 2018 pukul 10.10.

sangat langka sekali bagi para pegiat e-commerce yang ada di Indonesia. Latar belakang Bazar Harian menggunakan bank syariah adalah tidak ingin ada unsur-unsur riba pada setiap transaksinya, walaupun sistem bank syariah di Indonesia belum sempurna tapi ini adalah bentuk dukungan Bazar Harian kepada sistem syariah.

f. Pikub

Merupakan salah satu pusat jual beli online di Indonesia yang mengusung model bisnis marketplace dan mall online berbasis syariah yang aman, halal dan saling menguntungkan. Pikub memungkinkan setiap individu, toko kecil dan brand untuk membuka dan mengelola toko online.

g. Dunia halal

Salah satu pusat jual beli online di Indonesia yang menggunakan model bisnis marketplace dan mall online berbasis syariah yang menjual berbagai produk halal.

h. Bursa muslim

Menjual berbagai perlengkapan muslim dan muslimah terlengkap dengan menggunakan model berbasis syariah.⁶³

4. Sistem Transaksi Marketplace

Semua tatanan sistem transaksi *marketplace* sama seperti pasar *konvensional* (tradisional) dan mengikuti syarat dan rukun jual beli. Yang

⁶³https://id.wikipedia.org/wiki/Perdagangan_elektronik diakses pada tanggal 25 Januari 2018 pukul 10.20.

membedakan hanyalah, semua transaksi dilakukan melalui elektronik.⁶⁴ Adapun sistematika transaksinya sebagai berikut:

1. Pihak ketiga akan meminta pembeli untuk menuliskan data diri dan alamat pembeli ketika pembeli telah menyetujui untuk membeli barang yang dituju.
2. Setelah menulis data diri dan alamat pembeli, pihak ketiga meminta pembeli untuk melakukan transaksi pembayaran, melalui beberapa system pembayaran seperti transfer dan lain sebagainya.
3. Setelah transaksi pembayaran berhasil dilakukan, penjual mendapat konfirmasi dari pihak ketiga untuk segera mengirimkan barang menuju alamat pembeli tersebut.
4. Ketika barang telah sampai ditangan pembeli, kemudian pihak ketiga memberikan uang kepada penjual.⁶⁵

5. Hukum Sistem Transaksi Jual Beli Marketplace Perspektif Ekonomi Islam

⁶⁴<http://javaindoland.forumakers.com/t186-apa-itu-e-marketplace> diakses pada tanggal 25 Januari 2018 pukul 10.25.

⁶⁵<https://www.linkedin.com/pulse/cara-kerja-marketplace-calvin-kurniawan> diakses pada tanggal 25 Januari 2018 pukul 10.30.

Hukum sistem transaksi jual beli marketplace: pertama; status hukum objek barang yang dijual, dan kedua; status hukum sistem transaksi jual beli marketplace.

1. Status hukum objek barang yang dijual

Dalam transaksi menggunakan internet, pihak ketiga akan meminta pembeli untuk menuliskan data diri dan alamat secara lengkap, itu dapat diqiyaskan dengan adanya *ijab*. Kemudian jika pembeli mengisi lembaran permohonan tersebut, maka itu dapat diqiyaskan dengan *qabul*. Hal ini dikarenakan fisik barang tidak dapat disaksikan langsung, hanya sebatas gambar dan penjelasan spesifikasinya. Dengan ini, maka jual beli ini dapat dianalogikan dengan *ba'i al-ghoib 'alaa shifat* (jual beli barang yang tidak dihadirkan pada majelis akad atau tidak disaksikan langsung sekalipun hadir dalam majelis, seperti membeli barang dalam kardus/kotak, yang hanya dijelaskan spesifikasinya melalui kata-kata).⁶⁶

Para ulama menghukuminya dengan pendapat yang berbeda-beda, yaitu:

- a. Syafi'iyah menghukumi transaksi ini tidak sah.⁶⁷ Alasannya, ajual beli yang tidak terlihat oleh mata termasuk jual beli yang *gharar*, karena objeknya tidak jelas.

Pendapat ini berpegang pada hadits Nabi *shallallahu 'alaihi wa sallam*.

نَهَى رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ عَنْ بَيْعِ الْحَصَاةِ وَعَنْ بَيْعِ الْغَرَرِ

⁶⁶Erwandi Tarmizi, *Harta Haram Muamalat Kontemporer*, (Bogor: Berkat Mulia Insani, 2016), h. 264.

⁶⁷Syamsuddin Muhammad bin Muhammad bin Al-Khathib As-Syarbini, *Mughni Al-Muhtaj* (Beirut: Dar Al-Kutub Al-Ilmiyah, 2014), jilid. 2, h. 23.

“Rasulullah Shallallahu ‘alaihi wa sallam melarang jual beli al-hashah dan jual beli gharar.” (HR. Muslim).⁶⁸

Namun kemudian hal ini mendapat tanggapan bahwa tidak benar jika jual beli ini masuk dalam kategori *gharar*, karena kita tetap bisa mengetahui kejelasan objek itu dengan melihat atau menjelaskan melalui tulisan ataupun lisan,⁶⁹ sebagaimana firman Allah:

وَلَمَّا جَاءَهُمْ كِتَابٌ مِّنْ عِندِ اللَّهِ مُصَدِّقٌ لِّمَا مَعَهُمْ وَكَانُوا مِن قَبْلُ يَسْتَفْتِحُونَ عَلَى الَّذِينَ كَفَرُوا فَلَمَّا جَاءَهُمْ مَا عَرَفُوا كَفَرُوا بِهِ فَلَعْنَةُ اللَّهِ عَلَى الْكَافِرِينَ ٨٩

Artinya: *“Dan setelah datang kepada mereka al-Qur’an dari Allah yang membenarkan apa yang ada pada mereka, padahal sebelumnya mereka biasa memohon (kedatangan nabi) untuk mendapat kemenangan atas orang-orang kafir, maka setelah datang kepada mereka apa yang telah mereka ketahui, lalu mereka ingkar kepadanya. Maka laknat Allah-lah atas orang-orang yang ingkar itu.”* (QS. Al-Baqarah: 89)

Allah menghukumi kafir kepada orang Yahudi atas keingkaran mereka terhadap Nabi Muhammad, padahal mengetahui Nabi Muhammad hanya melalui Taurat, tidak melihat langsung, tapi Allah menghukuminya sama antara pengetahuan uraian dan menyaksikan langsung.⁷⁰

⁶⁸Muhammad bin Isa at-Tirmidzi, *Sunan At-Tirmidzi*, (Beirut: Dar Al-Kutub Al-Ilmiyah, 2016), h. 320, no. hadits 1230.

⁶⁹Erwandi Tarmizi, *Harta Haram Muamalat Kontemporer*, (Bogor: Berkat Mulia Insani, 2016), h. 269.

⁷⁰Ismail bin Katsir Ad-Dimasyqi, *Tafsir Alqur’an Al-Azhim*, (Alexandria: Dar Al-Aqidah, 2008), jilid.1, h. 230.

- b. Mazhab Hanafi, Maliki dan Hambali, menghukumi transaksi ini sah.⁷¹ Allah Ta'ala berfirman.

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا

“Padahal Allah ta'ala telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan *riba*.” (QS. Al-Baqarah: 275)

Menurut *ba'i al-ghaib ala ash-shifat* termasuk jual beli dan hukum asal jual beli adalah halal.⁷² Dengan demikian, *ba'i al-ghaib ala ash-shifat* hukumnya halal. Hanya saja, Malikiyah⁷³ dan Hanafiyah⁷⁴ mengharuskan adanya hak *khiyaar ru'yah*.⁷⁵

Pendapat yang menghalalkan ini cenderung lebih kuat, karena memang tidak ada hal yang mengubah hukum halalnya menjadi haram. Yang perlu diingat adalah, penyebutan *spesifikasi* ini haruslah jelas. Bila tidak jelas maka ia termasuk dalam jual beli *gharar*.⁷⁶

6. Status Hukum Sistem Transaksi Jual Beli Marketplace Perspektif Ekonomi Islam

Sistem transaksi *marketplace* menjadikan pemilik atau penyedia situs perniagaan *online* sebagai perantara atau pihak ketiga. Ibaratnya,

⁷¹Ibnu Qudamah Al-Maqdisi, *Al-Mughni*, (Riyadh: Dar Alam Al-Kutub, t.t), 2009, jilid.6, h. 33.

⁷²Syamsuddin Muhammad bin Muhammad bin Al-Khathib As-Syarbini, *Mughni Al-Muhtaj* (Beirut: Dar Al-Kutub Al-Ilmiyah, 2014), jilid. 2, h. 26.

⁷³Ibnu Rusyd Al-Qurthubi, *Bidayah Al-Mujtahid*, (tk: Dar Al-Ma'rifah, 2007), jilid. 2, h. 154.

⁷⁴Abu Bakar bin Mas'ud Al-Kasani, *Badai' Ash-Shanai'fii Tartib Asy-Syarai'*, (Beirut: Dar Al-Kutub Al-Ilmiyah, 2008), jilid. 5, h. 163.

⁷⁵Wahbah Az-Zuhaili, *Fiqih Islam wa Adillatuhu*. terj. Abdul Hayyie Al-Kattani et.al (Depok: Gema Insani, 2016), jilid 5, h. 129, *Khiyaar ru'yah* adalah hak memilih karena belum melihat barang. Setelah melihatnya, jika menghendaki dia mengambil dan jika menghendaki dia menolaknya).

⁷⁶Erwandi Tarmizi, *Harta Haram Muamalat Kontemporer*, (Bogor: Berkat Mulia Insani, 2016), h. 271.

pembeli sebagai (A), penjual (B), dan penyedia perniagaan (C). Adapun hukum sistem transaksinya dikaitkan dengan 2 keadaan:

a. Pemilik situs telah memiliki barang yang ditampilkan

Jika pemilik situs telah memiliki barang yang ia tampilkan, maka hukumnya sama seperti jual beli biasa. Hanya saja, status objek barang yang diperdagangkan tidak dapat dilihat langsung. Ini berarti hukumnya dikembalikan kepada hukum asli jual beli yakni boleh (seperti yang dijelaskan pada sub bagian pertama).⁷⁷

b. Pemilik situs merupakan wakil (agen) dari pemilik barang

Karena pihak penjual dan pemilik situs sudah saling bekerja sama, maka ini masuk dalam dua alternatif;

1) Alternatif akad *simsaroh* (makelar)

Yaitu seseorang menjualkan barang milik orang lain dan dia mendapat *fee* (upah) atas jasa menjualkannya. Akad yang pertama ini disepakati kehalalannya oleh seluruh ulama. *Simsaroh* adalah penengah diantara penjual dan pembeli, yakni pihak ketiga atau lebih dikenal dengan istilah makelar.⁷⁸ Makelar ini diperbolehkan mendapatkan upah dari hasil yang ia kerjakan, guna mempermudah jual beli.⁷⁹

Makelar (*simsaroh*) menjalin kesepakatan kerjasama dengan *supplier*. Atas kerjasama ini pemilik situs mendapat wewenang untuk turut

⁷⁷Syamsuddin Muhammad bin Muhammad bin Al-Khathib As-Syarbini, *Mughni Al-Muhtaj* (Beirut: Dar Al-Kutub Al-Ilmiyah, 2014), jilid. 2, h. 27.

⁷⁸Syamsuddin Muhammad bin Muhammad bin Al-Khathib As-Syarbini, *Mughni Al-Muhtaj* (Beirut: Dar Al-Kutub Al-Ilmiyah, 2014), jilid. 2, h. 27.

⁷⁹Dr. Wahbah Az-Zuhaili, *Al-Wajiz fi Al-Fiqh Al-Islami*, (Damaskus: Dar Al-Fikr, 2006), jilid 2, h. 22.

memasarkan barang dagangannya, dan berhak pula mendapatkan *fee* alias upah yang nominalnya telah disepakati bersama pula. Statusnya dalam pandangan syariat adalah sebagai wakil yang sama hukumnya dengan pemilik barang.⁸⁰ Hal ini berdasarkan hadits yang diriwayatkan oleh Jabir bin Abdullah *radhiyallahu anhum*, ia berkata, “Aku hendak pergi menuju Khaibar, lalu aku mendatangi Rasulullah, aku mengucapkan salam kepada beliau, aku berkata bahwa aku hendak berangkat ke Khaibar, maka Rasulullah bersabda, “*Bila engkau mendatangi wakilku di Khaibar, ambillah darinya 15 wasq⁸¹ kurma! Bila ia meminta bukti bahwa engkau adalah wakilku, maka letakkanlah diatas tulang bawah lehernya.*” (HR. Abu Daud. Menurut Ibnu Hajar sanad hadits ini hasan).⁸²

Hadits ini sangat jelas menyatakan bahwa wakil hukumnya sama dengan pemilik barang.⁸³

2) Alternatif akad salam

Akad salam adalah akad dimana uang tunai diserahkan diawal, sementara barang atau jasanya tidak secara tunai diberikan.⁸⁴ Adapun praktek akad salam ini telah berlangsung di masa Nabi dan mendapat

⁸⁰Sayyid Sabiq, *Fiqh As-Sunnah*, (Kairo: Dar Al-Fath, 2005), jilid 3, h. 100.

⁸¹Erwandi Tarmizi, *Harta Haram Muamalat Kontemporer*, (Bogor: Berkas Mulia Insani, 2016), h. 269.

⁸²1 wasaq setara dengan 60 sha', 1 sha' ukuran volume sebanyak ukuran zakat fitrah.

⁸³Abu Dawud Sulaiman As-Sijistani, *Sunan Abi Dawud*, (Beirut: Dar Al-Kutub Al-Ilmiyah, 2015), h. 576, bab Al-Wakalah, no hadits. 3632.

⁸⁴Ibnu Qudamah Al-Maqdisi, *Al-Mughni*, (Riyadh: Dar Alam Al-Kutub, t.t), 2009, jilid. 6, h. 384.

pembenaran. Nabi sendiri pernah menyebutkan ada tiga hal yang membawa berkah, diantaranya menjual barang hingga batas waktu tertentu, dan salam di antaranya.⁸⁵

Para sahabat dahulu terbiasa menjual kurma yang belum ada alias pohonnya belum berbuah. Namun buah yang rencananya akan ada itu sudah ditetapkan secara detail dengan jenis tertentu, kualitas tertentu, berat tertentu, dan juga ditetapkan kapan akan diserahkannya.

Dasarnya adalah hadits-hadits berikut ini,

عَنْ ابْنِ عَبَّاسٍ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُمَا قَالَ: قَدِمَ النَّبِيُّ ص الْمَدِينَةَ وَهُمْ يُسَلِّفُونَ فِي الثَّمَارِ السَّنَةَ وَالسَّنَتَيْنِ فَقَالَ: مَنْ أَسْلَفَ فِي تَمْرٍ فَلْيُسَلِّفْ فِي كَيْلٍ مَعْلُومٍ وَوَزْنٍ مَعْلُومٍ إِلَى أَجَلٍ مَعْلُومٍ

*Artinya: Ibnu Abbas berkata bahwa ketika Nabi baru tiba di Madinah, orang-orang madinah biasa menjual buah kurma dengan cara salaf satu tahun dan dua tahun. Maka Nabi bersabda, "Siapa menjual buah kurma dengan cara salaf, maka lakukanlah salaf itu dengan timbangan yang tertentu, berat tertentu dan sampai pada masa yang tertentu". (HR. Muslim).*⁸⁶

Akad salam disyariatkan berdasarkan dalil dari Alqur'an, sunnah dan ijma' para ulama. Akad salam merupakan pengecualian dari kaidah umum yang tidak memperbolehkan menjual sesuatu yang tidak diketahui, karena akad tersebut dapat memenuhi keperluan ekonomi masyarakat. Dengan demikian,

⁸⁵Muhammad bin Isma'il Al-Bukhori, *Shahih Al-Bukhori*, (Beirut: Dar Al-Kutub Al-Ilmiyah), Kitab As-Salam, 2007, h. 399, no. hadits 2240.

⁸⁶Abi Al-Husain Muslim bin Hajjaj Al-Qusyairi An-Nusayburi, *Shohih Muslim*, (Beirut: Dar Al-Kutub Al-Ilmiyah, 2011), jilid. 3, h. 62, Kitab Masaqoh, no hadits. 1604.

akad salam adalah bentuk keringanan (*rukhsah*) bagi masyarakat dan untuk memudahkan mereka.⁸⁷

C. Perkembangan UMKM

1. Definisi UMKM

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki definisi yang berbeda pada setiap literatur menurut beberapa instansi atau lembaga bahkan undang-undang. Sesuai dengan Undang-Undang nomor 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, UMKM didefinisikan sebagai berikut:

1. Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.
2. Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini.
3. Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha

⁸⁷Ibnu Rusyd Al-Qurthubi, *Bidayah Al-Mujtahid*, (tk: Dar Al-Ma'rifah, 2007), jilid. 2, h. 199.

yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, ataupun menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang- Undang ini.

Berdasarkan kekayaan dan hasil penjualan, menurut Undang- Undang

Nomor 20 tahun 2008 pasal 6, kriteria usaha mikro yaitu:

1. Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha;
2. Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).

Kriteria usaha kecil adalah sebagai berikut:

1. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
2. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah).

Sedangkan kriteria usaha menengah adalah sebagai berikut:

1. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp

10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau

2. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah).⁸⁸

2. Teori Perkembangan UMKM

Keberadaan UMKM yang turut menopang perekonomian negara membuat para ahli memberikan perhatian kepada perkembangan UMKM. Dalam pembahasan sistem-sistem industri dan peran UMKM di dalam sistem-sistem tersebut serta pola perkembangan dari kelompok usaha itu di Negara sedang berkembang, perhatian umumnya terfokus pada karya-karya yang terkenal. Teori-teori perkembangan UMKM yaitu:⁸⁹

1. Teori-teori “Klasik”

Literatur mengenai UMKM di Negara sedang berkembang pada umumnya membahas UMKM di industry manufaktur, dan perkembangan literatur ini diawali oleh munculnya artikel dari Staley dan Morse tahun 1965. Studi mereka didasarkan pada pengalaman dari Negara maju dan Negara sedang berkembang, proses pengolahan , dan pasar atau tipe dari

⁸⁸ Titik Sartika Partomo dan Abd. Rachman Soejono, *Ekonomi Skala Kecil Menengah dan Koperasi*, (Jakarta: Galia Indonesia, 2002), h.16.

⁸⁹ Tulus T.H. Tambunan, *UMKM di Indonesia*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2009), h. 16.

produk yang di hasilkan. Proses pengolahan bahan baku yang lokasinya tersebar dan produk-produk untuk pasar-pasar lokal dengan biaya transportasi yang relative tinggi adalah dua kondisi lokasi yang paling penting. Operasi-operasi pengolahan yang terpisah, kerajinan, atau pekerjaan tangan yang sangat membutuhkan presisi, dan proses perakitan, pencampuran, dan penyelesaian akhir yang sederhana adalah kondisi-kondisi paling penting dari proses pengolahan bagi keberadaan UMKM. Sedangkan kondisi pasar yang cocok bagi perkembangan UMKM adalah dalam bentuk produk diferensiasi dengan skala ekonomi yang rendah dan melayani pasar-pasar kecil.

Staley dan Morse (1965) beragumen bahwa khususnya kegiatan-kegiatan pengolahan yang terpisah atau spesifik dan produk diferensiasi dengan skala yang rendah adalah factor-faktor paling penting yang menjelaskan keberadaan UMKM di negara sedang berkembang.

a. Pangsa Tenaga Kerja

Walaupun hubungan antara besarnya antara unit usaha dan tingkatan pembangunan ekonomi telah diungkapkan oleh sejumlah peneliti lewat analisis mereka terhadap tahap-tahap pembangunan, literature teori yang ada mengenai bagaimana UMKM akan dipengaruhi oleh pendapatan riil perkapita (sebagai suatu indikator dari tingkat atau proses pembangunan ekonomi) hingga saat ini masih relatif terbatas. Perhatian terhadap isu ini pertama kali diberikan oleh Hozelitz yang dijabarkan

dalam tulisannya (1959) mengenai industrialisasi di Jerman. Ia menunjukkan bahwa pada tahap awal pembangunan, sektor manufaktur di negara itu didominasi oleh pengrajin-pengrajin dan banyak dari mereka akhirnya berkembang menjadi usaha-usaha besar; sedangkan yang lainnya gugur atau kegiatannya mengalami stagnasi.

b. Pangsa Output

Komposisi output dari UMKM di industri manufaktur juga bergeser dalam proses pembangunan. Saat pendapatan perkapita meningkat, kegiatan-kegiatan UMKM bergeser dari industri-industri ringan dengan pengolahan sederhana ke industri-industri berat yang memproduksi barang-barang antara dan kemudian barang-barang modal dengan proses yang lebih rumit (Biggs dan Oppenheim, 1986). Dalam kapita lain, dengan berjalannya pembangunan atau meningkatnya pendapatan perkapita, pangsa UMKM yang membuat barang-barang tradisional sebagai suatu persentase dari jumlah kesempatan kerja atau perusahaan di industri-industri terkait berkurang (Liedholm dan Parker, 1989)

Biggs dan Oppenheim (1986) juga menunjukkan bukti yang mengindikasikan bahwa pergeseran sektoral atau perpindahan dari sebelumnya membuat produk-produk sederhana ke produksi barang-barang yang lebih canggih di dalam suatu kelompok industri berlangsung bebarengan dengan perubahan skala usaha, yakni dari usaha menengah

industri menjadi usaha kecil, dari usaha kecil ke Usaha menengah, dan dari Usaha menengah tumbuh menjadi usaha bersama.

2. Teori-teori “Modern”

Pada dekade 80-an, muncul tesis flexible specializatin (FS) dan sejak itu sudah banyak makalah-makalah seminar, penelitian-penelitian, artikel-artikel di jurnal-jurnal, dan buku-buku yang ditulis mengenai isu baru ini.

Konsep FS berasosiasi erat dengan buku yang terkenal dari Piore dan Sabel (1984) mengenai “ the second industrial divide”. Di dalam buku ini, menegaskan bahwa UMKM di lokasi-lokasi itu telah menjadi bentuk yang dominan dari organisasi industri.

Dalam beberapa tahun belakangan ini muncul literatur yang hampir serupa dengan tesis FS, tetapi secara eksplisit melihat UMKM atau wirausaha sebagai sumber inovasi. Literatur ini menegaskan bahwa UMKM yang melakukan suatu strategi inovasi adalah UMKM yang akan bisa membuat produk-produk yang kompetitif yang berarti juga UMKM yang bisa bertahan terus dan bahkan berkembang pesat.

Literatur ini didukung oleh banyak studi kasus mengenai peran UMKM sebagai motor penggerak inovasi dan efek positifnya terhadap industri-industri dimana UMKM tersebut beroperasi pada khususnya dan ekonomi pada umumnya. Hasil penelitian dari Audretsch dan Fritsch (2002) mengungkapkan bahwa di daerah-daerah yang tingkat kelahiran

perusahaan-perusahaan baru lebih tinggi juga menunjukkan pertumbuhan ekonomi yang lebih tinggi dibandingkan dengan di daerah-daerah yang sebaliknya, yang tingkat membuka atau memulai usahanya rendah. Mereka menyimpulkan bahwa motor penggerak pertumbuhan telah bergeser ke kewirausahaan sebagai suatu sumber pertumbuhan. Hal yang serupa juga dijumpai oleh Reynold (1999) dengan data AS yang menunjukkan adanya suatu keterkaitan positif antara derajat dari perkembangan kewirausahaan dan pertumbuhan ekonomi.

Di Rusia, Struthers dkk. (1996) melihat kehancuran rezim komunis beserta sistem ekonominya yang sentralistik menjadi suatu kesempatan besar bagi perkembangan UMKM, dan salah satu caranya adalah dengan mentransfer semua BUMN yang bangkrut menjadi usaha-usaha yang lebih kecil dan efisien.

3. Karakteristik UMKM

Berikut karakteristik usaha mikro, kecil dan menengah:

a. Usaha Mikro

Berikut ini ciri-ciri usaha mikro:

- 1) Jenis barang/komoditi usahanya tidak selalu tetap, sewaktu-waktu dapat berganti;
- 2) Tempat usahanya tidak selalu menetap, sewaktu-waktu dapat

pindah tempat;

- 3) Belum melakukan administrasi keuangan yang sederhana sekalipun, dan tidak memisahkan keuangan keluarga dengan keuangan usaha;
- 4) Sumber daya manusianya (pengusahanya) belum memiliki jiwa wirausaha yang memadai;
- 5) Tingkat pendidikan rata-rata relatif sangat rendah;
- 6) Umumnya belum akses kepada perbankan, namun sebagian dari mereka sudah akses ke lembaga keuangan non bank;
- 7) Umumnya tidak memiliki izin usaha atau persyaratan legalitas lainnya termasuk NPWP.

b. Usaha Kecil

Berikut ini ciri-ciri usaha kecil:

- 1) Jenis barang/komoditi yang diusahakan umumnya sudah tetap tidak gampang berubah;
- 2) Lokasi/tempat usaha umumnya sudah menetap tidak berpindah-pindah;
- 3) Pada umumnya sudah melakukan administrasi keuangan walau masih sederhana, keuangan perusahaan sudah mulai dipisahkan dengan keuangan keluarga, sudah membuat neraca usaha;
- 4) Sudah memiliki izin usaha dan persyaratan legalitas lainnya termasuk NPWP;
- 5) Sumberdaya manusia (pengusaha) memiliki pengalaman dalam berwira

usaha;

- 6) Sebagian sudah akses ke perbankan dalam hal keperluan modal;
- 7) Sebagian besar belum dapat membuat manajemen usaha dengan baik seperti *business planning*.

c. Usaha Menengah

Berikut ini ciri-ciri usaha menengah:

- 1) Pada umumnya telah memiliki manajemen dan organisasi yang lebih baik, lebih teratur bahkan lebih modern, dengan pembagian tugas yang jelas antara lain, bagian keuangan, bagian pemasaran dan bagian produksi;
- 2) Telah melakukan manajemen keuangan dengan menerapkan sistem akuntansi dengan teratur, sehingga memudahkan untuk auditing dan penilaian atau pemeriksaan termasuk oleh perbankan;
- 3) Telah melakukan aturan atau pengelolaan dan organisasi perburuhan, telah ada Jamsostek, pemeliharaan kesehatan dll;
- 4) Sudah memiliki segala persyaratan legalitas antara lain izin tetangga, izin usaha, izin tempat, NPWP, upaya pengelolaan lingkungan dll;
- 5) Sudah akses kepada sumber-sumber pendanaan perbankan;

4. Keunggulan dan Kelemahan UMKM

Beberapa keunggulan yang dimiliki oleh UMKM dibandingkan

dengan usaha besar antara lain:⁹⁰

- 1) Inovasi dalam teknologi yang dengan mudah terjadi dalam pengembangan produk.
- 2) Hubungan kemanusiaan yang akrab di dalam perusahaan kecil.
- 3) Fleksibilitas dan kemampuan menyesuaikan diri terhadap kondisi pasar yang berubah dengan cepat dibandingkan dengan perusahaan berskala besar yang pada umumnya birokratis.
- 4) Terdapat dinamisme manajerial dan peranan kewirausahaan.

Sedangkan kelemahan yang dimiliki UMKM adalah:

- 1) Kesulitan pemasaran
- 2) Keterbatasan finansial
- 3) Keterbatasan Sumber Daya Manusia (SDM)
- 4) Masalah bahan baku
- 5) Keterbatasan teknologi

5. Perkembangan UMKM dalam Perspektif Ekonomi Islam

Dalam Islam digunakan istilah kerja keras dan kemandirian (*biyadihi*). Setidaknya terdapat beberapa ayat Al-Qur'an maupun Hadis yang dapat menjadi rujukan pesan tentang semangat kerja keras dan kemandirian ini. Bekerja keras merupakan esensi dari kewirausahaan.

⁹⁰ Titik Sartika Partomo dan Abd. Rachman Soedjono, *op.cit.*, h.23.

Dalam sejarahnya Nabi Muhammad, istrinya dan sebagian besar sahabatnya adalah para pedagang dan *entrepreneur* mancanegara yang pawai. Beliau adalah praktisi ekonomi dan sosok tauladan bagi umat. Oleh karena itu, sebenarnya tidaklah asing jika dikatakan bahwa mental *entrepreneurship inherent* dengan jiwa umat Islam itu sendiri. Bukanlah Islam adalah agama kaum pedagang, disebarkan ke seluruh dunia setidaknya sampai abad ke -13 M, oleh para pedagang muslim.⁹¹

Bukti nyata bahwa etos bisnis yang dimiliki oleh umat Islam sangatlah tinggi, atau dengan kata lain Islam dan berdagang ibarat dua sisi dari satu keping mata uang. Benarlah apa yang disabdakan oleh Nabi, “Hendaklah kamu berdagang karena di dalamnya terdapat 90 persen pintu rizki”

UMKM sangat erat kaitannya dengan berdagang, Berusaha atau berdagang suatu anjuran kepada umat islam. Berdagang adalah profesi yang mulia dalam Islam. Buktinya Rasulullah *Shallallahu'alaihi Wasallam* sendiri adalah pedagang dan beliau memuji serta mendoakan para pedagang yang jujur. Rasulullah adalah pedagang ketika berusia 25 tahun, beliau pergi berdagang ke negeri Syam dengan membawa modal dari Khadijah *radhiallahu'anha* yang ketika itu belum menjadi istri beliau. Ibnu Ishaq berkata: “Khadijah binti Khuwailid ketika itu adalah pengusaha wanita yang memiliki banyak harta dan juga kedudukan terhormat. Ia mempekerjakan orang-orang untuk menjalankan usahanya dengan sistem

⁹¹ Sirah Ibnu Hisyam, 187 – 188, dinukil dari Ar Rahiqul Makhtum, 1/51

mudharabah (bagi hasil) sehingga para pekerjanya pun mendapat keuntungan. Ketika itu pula, kaum Quraisy dikenal sebagai kaum pedagang. Tatkala Khadijah mendengar tentang Rasulullah *Shallallahu'alaihi Wasallam* (yang ketika itu belum diutus menjadi Rasul, pent.) mengenai kejujuran lisannya, sifat amanahnya dan kemuliaan akhlaknya, maka ia pun mengutus orang untuk menemui Rasulullah. Khadijah menawarkan beliau untuk menjual barang-barangnya ke negeri Syam, didampingi seorang pemuda budaknya Khadijah yang bernama Maisarah. Khadijah pun memberi imbalan istimewa kepada beliau yang tidak diberikan kepada para pedagang yang lain. Rasulullah *Shallallahu'alaihi Wasallam* pun menerima tawaran itu dan lalu berangkat dengan barang dagangan Khadijah bersama budaknya yaitu Maisarah sampai ke negeri Syam”⁹²

Para sahabat Nabi adalah pedagang mungkin kita semua ingat kisah ‘Abdurrahman bin ‘Auf *radhiallahu'anhu*, bagaimana kehebatan beliau dalam berdagang,

قَدِمَ عَبْدُ الرَّحْمَنِ بْنُ عَوْفٍ الْمَدِينَةَ، فَأَخَى النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ بَيْنَهُ وَبَيْنَ
سَعْدِ بْنِ الرَّبِيعِ الْأَنْصَارِيِّ فَعَرَضَ عَلَيْهِ أَنْ يُنَاصِفَهُ أَهْلَهُ وَمَالَهُ، فَقَالَ: عَبْدُ الرَّحْمَنِ
بَارَكَ اللَّهُ لَكَ فِي أَهْلِكَ وَمَالِكَ دُلَّنِي عَلَى السُّوقِ، فَرَبِحَ شَيْئًا مِنْ أَقِطٍ وَسَمْنٍ

⁹² Al Bayan Fi Madzhab Asy Syafi'i, 5/10

Artinya: *“Abdurraman bin Auf ketika datang di Madinah, Nabi Shallallahu’alaihi Wasallam mempersaudarakannya dengan Sa’ad bin Ar Rabi’ Al Anshari. Lalu Sa’ad menawarkan kepada Abdurrahmah wanita untuk dinikahi dan juga harta. Namun Abdurrahman berkata: ‘semoga Allah memberkahi keluargamu dan hartamu, tapi cukup tunjukkan kepadaku dimana letak pasar’. Lalu di sana ia mendapatkan untung berupa aqith dan minyak samin”* (HR Al Bukhari 3937)

Membangun UKM harusnya menjadi pilihan mutlak bagi pemerintah baik di pusat maupun daerah. Membangun kemandirian UKM adalah sebuah kewajiban. Ada berapa alasan dan referensi yang mewajibkan kita harus melaksanakannya. Dalam Al-Quran Surat 59 ayat 7 Artinya: *“Apa saja harta rampasan (fai-i) yang diberikan Allah kepada Rasul-Nya (dari harta benda) yang berasal dari penduduk kota-kota Maka adalah untuk Allah, untuk rasul, kaum kerabat, anak-anak yatim, orang-orang miskin dan orang-orang yang dalam perjalanan, supaya harta itu jangan beredar di antara orang-orang kaya saja di antara kamu. apa yang diberikan Rasul kepadamu, Maka terimalah. dan apa yang dilarangnya bagimu, maka tinggalkanlah. dan bertakwalah kepada Allah. Sesungguhnya Allah Amat keras hukumannya.”*

Menurut para pakar, disebutkan bahwa Allah SWT melarang berputarnya harta (modal) hanya di kalangan orang-orang kaya saja. Dari ayat ini kita bisa belajar bahwa aktivitas perekonomian hendaknya melibatkan partisipasi aktif dari kelompok masyarakat menengah – bawah,

yang notabenenya mayoritas penduduk di suatu negara. Rasulullah SAW dalam sabdanya menyatakan; “kalian akan ditolong oleh sebab kaum dhuafa di antara kalian”. Oleh karenanya kita mempunyai kewajiban menolong kaum lemah di negeri ini dengan mengembangkan UMKM secara bersama-sama.

D. Perspektif Ekonomi Islam

1. Pengertian Ekonomi Islam

Ekonomi Islam adalah sebuah sistem ilmu pengetahuan yang menyoroti masalah perekonomian. Dalam sistem ekonomi ini, nilai-nilai Islam menjadi landasan dan dasar dalam setiap aktifitasnya. Beberapa ahli mendefinisikan ekonomi islam sebagai suatu ilmu yang mempelajari perilaku manusia dalam usaha untuk memenuhi kebutuhan dengan alat pemenuhan kebutuhan yang terbatas dalam kerangka syariah. Karena dari definisi tersebut mendorong seseorang terperangkap dalam keputusan yang apriori (*apriory judgement*) benar atau salah tetap harus diterima.⁹³

Definisi yang lebih lengkap harus mengakomodasikan sejumlah prasyarat yaitu karakteristik dari pandangan hidup islam. Syarat utama adalah memasukkan nilai-nilai syariah dalam ilmu ekonomi. Ilmu ekonomi islam adalah ilmu sosial yang tentu saja tidak bebas dari nilai-nilai moral. Nilai-nilai moral merupakan aspek normatif yang harus dimasukkan dalam

⁹³Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI), *Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2011), h. 14.

analisis fenomena ekonomi serta dalam pengambilan keputusan yang dibingkai syariah.

a. Muhammad Abdul Manan

*Islamic economics is a sosial science which studies the economics problems of a people imbued with the values of Islam.*⁹⁴

Jadi, menurut Abdul Manan ilmu ekonomi islam adalah ilmu pengetahuan sosial yang mempelajari masalah-masalah ekonomi masyarakat yang diilhami oleh nilai-nilai Islam.

b. M. Umer Chapra

Islami economics was defined as that branch which helps realize human well-being through and allocation and distribution of scarce resources that is inconfinnity with Islamic teaching without unduly curbing Individual freedom or creating continued macroeconomic and ecological imbalances.

Jadi, menurut Chapra ekonomi Islam adalah sebuah pengetahuan yang membantu upaya relisasi kebahagiaan manusia melalui alokasi dan distribusi sumber daya yang terbatas yang berada dalam koridor yang mengacu pada pengajaran Islam tanpa memberikan kebebasan individu atau tanpa perilaku makro ekonomi yang berkesinambungan dan tanpa ketidakseimbangan lingkungan.⁹⁵

a. Menurut Syed Nawab Haider Naqvi

⁹⁴Muhammad Abdul Manan, *Islamic Economics, Theory and Practice*, (India: IdarahAdabiyah, 2008), h. 3.

⁹⁵Mustafa Edwin Nasution dkk, *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*, (Jakarta: Kencana, 2006), h. 16.

Ilmu ekonomi Islam, singkatnya merupakan kajian tentang perilaku ekonomi orang Islam representatif dalam masyarakat muslim moderen.⁹⁶

Jadi ekonomi Islam adalah suatu cabang ilmu pengetahuan yang berupaya untuk memandang, menganalisis, dan akhirnya menyelesaikan permasalahan ekonomi dengan cara-cara yang Islami. Menurut Abdul Mannan, ilmu ekonomi Islam tidak hanya mempelajari individu sosial melainkan juga manusia dengan bakat religius manusia itu sendiri.⁹⁷

Ilmu Ekonomi Syari'ah adalah ilmu yang mempelajari aktivitas atau perilaku manusia secara aktual dan empirikal, baik dalam produksi, distribusi, maupun konsumsi berdasarkan Syari'at Islam yang bersumber Al-Qur'an dan As-Sunnah serta Ijma' para ulama dengan tujuan untuk mencapai kebahagiaan dunia dan akhirat.⁹⁸

2. Dasar Hukum Ekonomi Islam

Beberapa dasar hukum Islam diantaranya adalah sebagai berikut:

a. Al-Qur'an

Al-Qur'an memberikan ketentuan-ketentuan hukum muamalat yang sebagian besar berbentuk kaidah-kaidah umum; Misalnya, dalam Q.S. Al-Baqarah ayat 188 terdapat larangan makan harta dengan cara yang tidak sah, antara lain melalui suap yaitu sebagai berikut:

⁹⁶Syed Nawab Haider Naqvi, *Menggagas Ilmu Ekonomi Islam*, terj. M. Saiful Anam dan Muhammad Ufuqul Mubin, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009), h. 28.

⁹⁷Muhammad Abdul Mannan, *Teori Dan Praktik Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: PT Dana Bhakti Wakaf, 2007), h. 20-22.

⁹⁸Abdul Mannan, *Hukum Ekonomi Syari'ah Dalam Perspektif Kewenangan Peradilan Agama*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2006), h. 29.

وَلَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ وَتُدْلُوا بِهَا إِلَى الْحُكَّامِ
لِتَأْكُلُوا فَرِيقًا مِّنْ أَمْوَالِ النَّاسِ بِالْإِثْمِ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ ﴿١٨٨﴾

Artinya: “Dan janganlah sebahagian kamu memakan harta sebahagian yang lain di antara kamu dengan jalan yang bathil dan (janganlah) kamu membawa (urusan) harta itu kepada hakim, supaya kamu dapat memakan sebagian daripada harta benda orang lain itu dengan (jalan berbuat) dosa, Padahal kamu mengetahui”.⁹⁹

b. Hadits

Hadist memberikan ketentuan hukum muamalat yang lebih terperinci dari pada Al-Qur'an, hadis Nabi SAW yang diriwayatkan oleh Ibnu Majah, dari Sa'id Al-khudri ra. Bahwa Rasulullah SAW bersabda :

عَنْ أَبِي سَعِيدٍ سَعْدُ بْنُ سِنَانٍ الْخُدْرِيِّ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ : لَا
ضَرَرَ وَلَا ضِرَارَ
[حَدِيثٌ حَسَنٌ رَوَاهُ ابْنُ مَاجَةَ وَالدَّارِقُطْنِيُّ وَغَيْرُهُمَا مُسْنَدًا، وَرَوَاهُ مَالِكٌ فِي الْمَوْطَأِ مُرْسَلًا عَنْ
عُمَرَوِ بْنِ يَحْيَى عَنْ أَبِيهِ عَنِ النَّبِيِّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ فَأَسْقَطَ أَبُو سَعِيدٍ وَلَهُ طَرُقٌ يَقْوَى
بَعْضُهَا بَعْضًا]

Artinya: “Janganlah merugikan diri sendiri dan janganlah merugikan orang lain.”¹⁰⁰

3. Karakteristik Ekonomi Islam

Ekonomi syariah menekankan kepada 4 sifat, antara lain:

- a. Kesatuan (*unity*)
- b. Keseimbangan (*equilibrium*)

⁹⁹Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Jakarta: CV. Toha Putra, 2007), hlm. 46.

¹⁰⁰Ibnu Majah , *Sunan Ibnu Majah, Juz 2*, CD.Maktabah Kutubil Mutun, Seri 4, 2005, h. 743.

c. Kebebasan (*free will*)

d. Tanggung Jawab (*responsibility*)

Al-Qur'an mendorong umat Islam untuk menguasai dan memanfaatkan sektor-sektor dan kegiatan ekonomi dalam skala yang lebih luas dan komprehensif yang ditujukan untuk kemaslahatan dan kepentingan bersama.¹⁰¹

Sebagaimana firman Allah Al-Qur'an Surat Al-Hasyr 7:

مَا أَفَاءَ اللَّهُ عَلَى رَسُولِهِ مِنْ أَهْلِ الْقُرَىٰ فَلِلَّهِ وَلِلرَّسُولِ وَلِذِي الْقُرْبَىٰ وَالْيَتَامَىٰ وَالْمَسْكِينِ وَآبْنِ السَّبِيلِ كَىٰ لَا يَكُونَ دُولَةً بَيْنَ الْأَغْنِيَاءِ مِنْكُمْ وَمَا آتَاكُمُ الرَّسُولُ فَخُذُوهُ وَمَا نَهَاكُمْ عَنْهُ فَانْتَهُوا وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ ﴿٧﴾

Artinya: “*Apa saja harta rampasan (fai-i) yang diberikan Allah kepada Rasul-Nya (dari harta benda) yang berasal dari penduduk kota-kota Makah adalah untuk Allah, untuk rasul, kaum kerabat, anak-anak yatim, orang-orang miskin dan orang-orang yang dalam perjalanan, supaya harta itu jangan beredar di antara orang-orang Kaya saja di antara kamu. apa yang diberikan Rasul kepadamu, Maka terimalah. dan apa yang dilarangnya bagimu, Maka tinggalkanlah. dan bertakwalah kepada Allah. Sesungguhnya Allah Amat keras hukumannya.*”¹⁰²

Dalam melakukan kegiatan ekonomi, Al-Qur'an melarang Umat Islam mempergunakan cara-cara yang batil seperti dengan melakukan

¹⁰¹Didin Hafidhuddin, *Islam Aplikatif*, (Jakarta: Gema Insani, Jakarta, 2003), h. 29.

¹⁰²Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Jakarta: CV. Toha Putra, 2005), h. 48.

kegiatan riba, berjudi, melakukan praktik suap-menyuap, dan cara-cara batil lainnya.

4. Tujuan Ekonomi Islam

Ekonomi Islam mempunyai tujuan untuk:

- a. Memberikan keselarasan bagi kehidupan di dunia.
- b. Nilai Islam bukan semata hanya untuk kehidupan muslim saja tetapi seluruh makhluk hidup dimuka bumi.
- c. Esensi proses ekonomi Islam adalah pemenuhan kebutuhan manusia yang berlandaskan nilai-nilai Islam guna mencapai pada tujuan agama.

E. Operasionalisasi Variabel Penelitian

Operasionalisasi variabel Penelitian diperlukan untuk menentukan konsep, dimensi, indikator, serta skala dari variabel-variabel yang terkait dengan penelitian, sehingga dapat dilakukan secara benar sesuai dengan judul penelitian mengenai “Analisis Peranan Pelatihan Program Kampung UKM Digital Terhadap Perkembangan UMKM Dalam Perspektif Ekonomi Islam.”

Tabel 2.
Operasionalisasi Variabel Penelitian

Variabel	Dimensi	Indikator
	Karakteristik Kualitatif: 1.Tahu	1. Mengetahui cara memasarkan produk dengan cara memasarkannya di media sosial, mencetak banner dan brosur, memberikan promo menarik, memasang iklan pada e-commerce, menawarkan kepada orang terdekat, promosi lewat website dan blog, membuka toko sendiri, memberi layanan free ongkir dan delivery.

Variabel Independen (X) Pelatihan Program Kampung UKM Digital	(knowledge)	2. Mengetahui teknik pemasaran produk dengan lebih dulu mengenali pelanggan, melakukan promosi, memilih lokasi yang strategis, menggunakan internet marketing, menjalin hubungan yang baik dengan konsumen.
	2. Paham (Understanding)	1. Mengerti cara memasarkan produk dengan cara memasarkannya di media sosial, mencetak banner dan brosur, memberikan promo menarik, memasang iklan pada e-commerce, menawarkan kepada orang terdekat, promosi lewat website dan blog, membuka toko sendiri, memberi layanan free ongkir dan delivery. 2. Mengerti teknik pemasaran produk dengan lebih dulu mengenali pelanggan, melakukan promosi, memilih lokasi yang strategis, menggunakan internet marketing, menjalin hubungan yang baik dengan konsumen.
	3. Implementasi	1. Pelaku usaha dapat menyesuaikan diri dengan kebutuhan sekarang. 2. Pelaku usaha mempunyai SDM yang cakap melaksanakan pekerjaan. 3. Pelaku usaha dapat menjawab tantangan perkembangan zaman. 4. Pelaku usaha dapat meningkatkan produktivitas dan prestasinya. 5. Pelaku usaha menggunakan teknologi baru dengan baik.
Variabel Dependen (Y) Perkembangan UMKM	Karakteristik Kualitatif: 1. Omset	1. Meningkatkan penjualan 2. Meningkatkan profit
	2. Aset	1. Meningkatkan kas 2. Memperluas jaringan usaha 3. Memperluas toko

BAB III

PENYAJIAN DATA PENELITIAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Sejarah berdirinya Sentra Industri Keripik Kota Bandar Lampung

Bagi warga Bandar Lampung, apabila mendengar nama Gang PU tentu yang terlintas di benak adalah sebuah jalan dengan sisi kiri dan kanannya dipenuhi oleh toko-toko penjual penganan tradisional berupa aneka keripik terbuat dari pisang,

Gang PU adalah sebutan lain dari Jalan Pagar Alam yang terletak di Kelurahan Sidodadi, Kecamatan Kedaton, Kota Bandar Lampung. Untuk mencapainya, bila dari Tanjungkarang melalui Jalan Teuku Umar hingga tiba di sebuah pertigaan Jalur dua Sultan Agung. Sebagai identitas "Gang PU".

Awalnya, Gang PU hanyalah sebuah jalan kecil yang relatif sepi dan gelap gulita bila hari berganti malam. Adalah seorang bernama Sucipto Adi yang kemudian membuat gang ini menjadi sentra produksi keripik sekaligus lokasi belanja bagi wisatawan. Pria kelahiran Malang, Jawa Timur, 25 Oktober 1966 ini dahulu hanyalah seorang buruh bangunan lepas dengan upah sebesar Rp.10.000,- per hari. Oleh karena desakan ekonomi, pada tahun 1996 dia berusaha mencari usaha lain agar dapat menghidupi keluarganya, yaitu dengan menjual keripik singkong.

Berbekal uang hasil tabungan sejumlah Rp.350.000,- Sucipto Adi membeli sebuah gerobak dorong serta bahan baku pembuat keripik. Dengan gerobak dorong tersebut dia berjualan di Pasar Bambu Kuning yang berjarak sekitar lima kilometer dari rumahnya. Apabila stok keripik masih tersisa, dalam perjalanan pulang dia juga menyusuri gang-gang kecil untuk mencari pembeli.

Dalam waktu tidak berapa lama, usaha Sucipto Adi berkembang pesat dengan memiliki sekitar 50 orang pelanggan. Agar dapat memenuhi kebutuhan para pelanggannya yang semakin hari bertambah banyak, dia lalu mengajak lima orang tetangganya mengembangkan usaha serupa. Bersama-sama mereka mengembangkan usaha keripik singkong tidak hanya untuk kebutuhan para pelanggan Sucipto Adi, melainkan juga dipasarkan ke sejumlah warung dan kantin terdekat.¹⁰³

Seiring waktu, timbullah inovasi dari para pedagang keripik Gang PU yaitu penggunaan bahan baku baru berupa pisang jenis kepok Manado. Penggunaan pisang sebagai bahan baku berawal pada sekitar tahun 2003 ketika salah seorang penjaja bernama Harianto iseng-iseng membuat keripik pisang dengan rasa asin dan manis. Sucipto Adilah yang pertama kali memproduksi sekitar tahun 2000. Walhasil, peminat pun semakin bertambah. Bahkan, mereka cenderung mencari keripik pisang ketimbang keripik singkong.

Pertambahan jumlah peminat diikuti pula oleh pertambahan jumlah produsen keripik. Oleh karena itu, atas prakarsa Sucipto Adi dibentuklah Kelompok Usaha Bersama (KUB) yang diberi nama Telo Rejeki pada tahun 2006. Adapun tujuannya adalah agar kawasan Gang PU menjadi sentra keripik sehingga para produsen tidak perlu lagi berkeliling menjajakan dagangannya.

¹⁰³ Hasil wawancara dengan Sucipto Adi, Ketua KUB Telo Rezeki, tanggal 15 Mei 2018, di Kawasan Sentra Industri Keripik Kota Bandar Lampung.

Satu tahun kemudian, atau tepatnya tanggal 2 Februari 2007 keberadaan KUB Telo Rezeki yang hanya berizin lurah dan camat, diakui dan diresmikan oleh Dinas Perindustrian Kota Bandar Lampung dengan jumlah anggota 10 UMKM. Setelah mendapat legalitas formal tersebut, konsekuensi logisnya tentu saja anggota KUB Telo Rezeki mendapat pembinaan dari Dinas Perindustrian tentang pengelolaan usaha mikro, kecil, dan menengah, bagaimana cara produksi, pengemasan, bantuan permodalan, peralatan produksi, serta pelaksanaan sertifikasi produk.

Selain bekerja sama dengan Dinas Perindustrian, Sucipto Adi yang ditunjuk sebagai ketua KUB Telo Rezeki juga menjalin hubungan dengan PT Perkebunan Nusantara (PTPN) VII, salah satu BUMN pembina program kemitraan dengan UMKM di Provinsi Lampung. Dari kerja sama ini KUB Telo Rezeki mendapat dukungan promosi berupa keikutsertaan dalam pameran-pameran baik di dalam maupun luar daerah Lampung. PTPN VII juga memberi pembinaan berupa peningkatan pengetahuan atau wawasan pengusaha terhadap pengelolaan manajerial, pengemasan yang baik, dan teknik produksi melalui pelatihan-pelatihan maupun seminar sehingga jumlah anggota KUB Telo Rezeki menjadi bertambah banyak.

Akhirnya, sebagai wujud dari berkembangnya Gang PU menjadi kawasan sentra industri keripik, Walikota Bandar Lampung, bekerja sama dengan Dinas Perindustrian dan PTPN VII dan Telkom mulai meluncurkan Kampung UKM Digital Keripik Lampung dan peresmian besar bertuliskan "Selamat Datang Di Kawasan Kampung UKM Digital

Sentra Industri Keripik Kota Bandar Lampung" berikut logo Telkom dan PT Perkebunan Nasional VII (PTPN VII), di Kelurahan Gunung Terang, Bandar Lampung, hari Kamis pada tanggal 12 Mei 2016.

2. Visi dan Misi Sentra Industri Keripik Kota Bandar Lampung

Visi: “Menjembatani UKM keripik Lampung dengan berbagai stakeholder dalam melakukan pembinaan guna memajukan UKM keripik Lampung sebagai salah satu industri unggulan di Kota Bandar Lampung.”

Misi:

1. Peningkatan SDM baik dari segi keilmuan, kompetensi, inovasi, dan keandalan.
2. Menciptakan produk pangan yang dikelola secara mandiri mulai dari hulu sampai ke hilir sehingga memiliki nilai jual yang lebih tinggi dan lebih menguntungkan.
3. Membantu pemerintah dalam melaksanakan program kampung UKM digital yang semakin maju.
4. Membuka jejaring bisnis dengan lembaga usaha lain.
5. Meningkatkan kesempatan kerja

3. Penghargaan-penghargaan

Penghargaan-penghargaan yang diraih diantaranya:

1. Sidakarya dari Dinas Ketenagakerjaan Lampung tahun 2012

2. Ovop Bintang 3 dari Kementerian Perindustrian tahun 2013 dan 2015.

4. Aspek Pasar

1. Jenis Produk Variant keripik: Ketela, salak, tales, nangka, dan sukun.
2. Spesialisasi / Spesifikasi: Asin, manis, jagung bakar, balado, sapi panggang, stroberry, melon, cokelat, vanila, asam manis, keju, moka, dan cokelat kacang.
3. Cara Pemesanan: Beli langsung atau Melalui Telepon.
4. Cara Pembayaran: Tunai ke Pedagang, Titip ke Agen Travel Muara Wisata dan Transfer Rekening.
5. Cara Pengiriman: Diantar Melalui Jasa Paket dan Titip ke Agen Travel Muara Wisata
6. Produk Standard / Pesanan: Minimum Pemesanan 5 kg; dengan ketentuan: Pemesanan dengan nominal > Rp 3 juta harus DP 50% dan Pemesanan dengan Nominal < Rp. 3 juta tunai

5. Daftar Produsen keripik Lampung “KUB Telo Rezeki”

Sentra Industri Keripik Kota Bandar Lampung mempunyai Produsen keripik yang mengikuti pelatihan program kampung UKM Digital, diantaranya:

Tabel 3.
Produsen keripik Lampung

No.	Produsen kripik	Jumlah toko
1.	Aneka Keripik Mahkota	3
2.	Aneka Keripik Askha Jaya	5

3.	Aneka Keripik Asa Sri Lestari	3
4.	Aneka Keripik Firman	3
5.	Aneka Keripik Roy Yan	1
6.	Aneka Keripik Dua Dara	2
7.	Toko Rizka	1
8.	Toko Zom Zom Family	1
9.	Toko Cesy Lia	2
10.	Toko Suhery	1

*Sumber : Sucipto Adi, Ketua KUB Telo Rezeki

B. Hasil Penelitian

1. Kondisi Sentra Industri Keripik Kota Bandar Lampung

Sebelum tahun 2000, UMKM keripik di kawasan ini sempat mengalami kesulitan dalam memperoleh bahan baku, karena pasar keripik pada waktu itu belum berkembang pesat. Selain itu, adanya wabah *pseudomonas* dan *fusarium* tahun 1997 yang melanda kebun pisang rakyat maupun perkebunan besar di Indonesia membuat harga pisang melonjak karena kelangkaannya. Namun sejak tahun 2005, melihat geliat pasar keripik pisang dan keripik singkong yang semakin atraktif, dan pemulihan kondisi perkebunan pisang, petani mulai banyak yang menanam bahan baku keripik dan menyalurkan hasilnya ke produsen-produsen keripik. Biasanya bahan baku pisang maupun singkong ini diperoleh dari daerah Kemiling, Kedaton dan Rajabasa. Jenis pisang yang dijadikan keripik, selain ambon kuning adalah kepok kuning. Kalau suplai ambon kuning kurang, biasanya produsen keripik akan terpaksa menerima pisang *cavendish*. Keengganan pengusaha keripik menggunakan jenis *cavendish* adalah karena pisang ini ada rasa masamnya dan akan susut

terlalu banyak ketika digoreng.¹⁰⁴

Semenjak berdiri sebagai kawasan sentra industri keripik, terhitung mulai tanggal 1 Agustus 2008 kawasan ini menerima bantuan permodalan dari Departemen Perindustrian Kota Bandar Lampung. Selain bantuan permodalan berupa uang, bantuan tersebut juga berupa peralatan produksi seperti alat-alat dapur untuk memproduksi keripik dan bantuan untuk pelaksanaan sertifikasi produk. Selain itu, bersama dengan PTPN VII, kawasan ini juga mendapat dukungan promosi berupa keikutsertaan UMKM keripik di kawasan dalam pameran-pameran baik yang diselenggarakan di Propinsi Lampung maupun di luar daerah Lampung, termasuk dukungan peningkatan pengetahuan atau wawasan pengusaha terhadap pengelolaan manajerial, pengemasan yang baik, teknik produksi, dan sebagainya melalui pelatihan-pelatihan maupun seminar bagi para pelaku UMKM. Beberapa penyelenggara pelatihan dan seminar ini selain Departemen Perindustrian Kota Bandar Lampung dan PTPN VII Propinsi Lampung, juga didukung oleh Departemen Tenaga Kerja Kota Bandar Lampung, Politeknik Pertanian Universitas Lampung, Balai Ristek Standarisasi, Departemen Pertanian Propinsi Lampung, dan sebagainya.

Seluruh proses produksi keripik pisang di Lampung masih dilakukan secara manual. Pisang ambon kuning setengah masak dikupas satu per satu. Sengaja dipilih pisang dalam kondisi setengah masak, sebab

¹⁰⁴ Hasil wawancara dengan Sucipto Adi, Ketua KUB Telo Rezeki, tanggal 15 Mei 2018, di Kawasan Sentra Industri Keripik Kota Bandar Lampung.

pisang mentah sulit untuk dikupas dan akan patah ketika diiris. Selain itu, pisang mentah juga akan menghasilkan keripik dengan rasa hambar. Sebaliknya pisang masak meskipun mudah dikupas, akan sulit untuk diiris karena tekstur daging buahnya sudah lembek. Kadar gula pisang masak juga sudah terlalu tinggi hingga ketika digoreng akan segera hangus sebelum keripik menjadi kering, dengan alasan itulah maka untuk bahan keripik, selalu dipilih pisang dalam kondisi setengah masak. Proses pengirisan menggunakan serutan dan dilakukan dengan manual. Keterampilan tenaga kerja sangat diperlukan dalam proses ini. Kalau terlalu cepat, hasil irisan tidak sempurna dan tangan bisa terkena pisau. kalau terlalu lambat, hasil irisan per-satuan waktu akan terlalu sedikit.

Penggorengan keripik pisang di Lampung, umumnya menggunakan bahan bakar minyak atau briket batubara. Dulu lebih banyak perajin keripik menggunakan bahan bakar minyak, namun dengan kenaikan harga minyak yang terjadi terus-menerus selama beberapa tahun terakhir ini, mereka mengganti bahan bakarnya dengan briket batubara. Selain lebih murah, briket batubara juga menghasilkan panas yang lebih tinggi dan lebih stabil.

Teknik pengolahannya biasanya melalui 2 kali penggorengan, pertama goreng tawar terlebih dahulu, kemudian diberi rasa dasar, yakni manis atau asin, lalu digoreng kembali, dan terakhir diberi rasa sesuai dengan yang diinginkan. Teknik pengolahan ini sangat mempengaruhi rasa keripik, mulai dari aroma, ketebalan atau keras lembutnya keripik, karena

itu, rasa keripik masing-masing UMKM bisa berbeda-beda tergantung dari teknik pengolahannya. Begitu pula dengan kemasan, sebagian besar UMKM yang ada di kawasan ini kurang begitu memperhatikan pengemasan agar tampak menarik. Rata-rata mereka hanya menggunakan plastik transparan biasa dengan nama merek produk mereka. Namun, ada beberapa yang sudah menggunakan kemasan yang lebih tahan lama dengan berbentuk tas karton yang di dalamnya terdapat logo, merek dan gambar tapis sebagai ciri khas Propinsi Lampung. Satu tas tersebut berisi 4 macam aneka rasa keripik sebanyak 0.5 kg/bungkus dengan harga Rp. 40.000. Bagaimanapun, untuk meningkatkan penjualan ke luar daerah terutama untuk kebutuhan pameran, kemasan merupakan hal yang penting untuk diperhatikan, selain dapat menarik perhatian, kemasan juga mempengaruhi daya tahan produk, biasanya untuk kemasan plastik bening produk dapat bertahan selama 1,5 sampai 2 bulan, sedangkan untuk dalam kemasan karton, produk dapat bertahan selama 3 sampai 4 bulan.

Rata-rata harga standar keripik singkong untuk konsumen Rp. 12.000/kg sampai Rp. 14.000/kg, sementara harga untuk distributor Rp. 8000/kg sampai Rp.10.000/kg. Dalam kondisi normal pendapatan bersih dari satu kuintal singkong (setelah dikonversi ke keripik) berkisar Rp. 40.000 hingga Rp. 50.000. Pada hari- hari raya, hari libur atau saat hajatan, pendapatan bersih bisa di atas Rp.70.000/hari. Sedangkan untuk keripik pisang asin dan manis harganya Rp. 28.000/kg sampai Rp. 30.000/kg, dan untuk keripik pisang dengan beraneka rasa harganya

mencapai Rp. 38.000/kg sampai Rp. 40.000/kg. Rata-rata omset penjualan keripik ini mencapai Rp. 3.000.000 sampai Rp. 4.000.000 per bulan.

Dalam penilaian bisnis apakah itu berhasil atau tidak, dapat dilihat dari penjualan, apakah naik atau turun. Penilaian harga material hanya dilakukan di Kelompok Usaha Bersama (KUB) "Telo Rezeki" di Bandar Lampung. Penjualan keripik pisang di Bandar Lampung dalam 5 tahun terakhir.

Tabel 3.1
Data Penjualan Keripik Pisang dalam Kelompok Usaha Bersama
KUB "Telo Rezeki"
(Kg/Tahun)
2013-2017

No.	Tahun	Target Penjualan (Kg)	Realisasi Penjualan	Pencapaian Target (%)
1.	2013	1032	972	94,19%
2.	2014	1123	1080	96,17%
3.	2015	1342	1200	89,42%
4.	2016	1432	1350	94,27%
5.	2017	1543	1500	97,21%
	Rata-rata	1387	1275	91,84%

*Sumber: Sucipto Adi, Ketua KUB Telo Rezeki, dan diolah kembali oleh penulis.

Menurut Bapak Sucipto Adi, selaku ketua KUB Telo Rezeki, selama 5 Tahun terakhir pencapaian target mengalami naik dan turun. Dari data di atas terlihat bahwa pada tahun 2015 penjualan keripik mengalami penurunan sebesar 89,42% dan meningkat lagi pada tahun 2016 sebesar 94,27%. Oleh karena itu seorang pengusaha harus secara hati-hati mendefinisikan bauran pemasaran dalam upayanya untuk meningkatkan penjualan. Peningkatan pencapaian target penjualan yang terjadi di tahun 2017 sebesar 91,84%. Hal ini disebabkan karena pangsa pasar yang cukup luas, kepercayaan konsumen kepada Sentra Industri Keripik, kesetiaan dan

strategi penjualan cukup efektif dalam mengembangkan UMKM di kota Bandar Lampung.

2. Pelatihan Program Kampung UKM digital

UKM adalah satu-satunya bentuk usaha yang dapat bertahan dalam berbagai situasi, bahkan dalam krisis sekalipun. Sehingga perlu adanya peningkatan kinerja UKM dalam rangka menumbuhkan ekonomi Indonesia. Salah satu langkahnya ialah dengan memodernisasi kampung-kampung UKM dengan kampung UKM Digital. Dengan adanya kampung UKM digital ini tentu sangat diharapkan dapat meningkatkan 20% pertumbuhan ekonomi nasional.¹⁰⁵

Pelatihan-pelatihan itu diantaranya:

1. Pelatihan pengenalan dan penggunaan market place (E-Commerce)
2. Pelatihan pengenalan dan penggunaan media sosial
3. Pelatihan Design, merk dan kemasan
4. Pelatihan peningkatan kualitas produk sentra UMKM
5. Pelatihan diverifikasi produk olahan sentra UMKM
6. Pelatihan keamanan pangan
7. Pelatihan sertifikasi produksi pangan industri rumah tangga
8. Pelatihan sertifikasi produk halal
9. Pelatihan manajemen usaha sederhana kepada UMKM penerima

Pinjaman

¹⁰⁵Asep Kartiwan, Deputy Executive Vice President PT. Telkom Regional 1 Sumatera. Saat mengadakan launching Kampung UKM “*Lampung Goes Digital*” di Gedung Serba Guna (GSG) Universitas Lampung, 2017.

10. Pelatihan pengenalan komputer dan smartphone untuk UMKM

Mitra UKM yang mengikuti pelatihan Kampung UKM Digital ini 85% mengetahui dan mengerti bagaimana cara memasarkan produk UKM di media sosial, mencetak banner dan brosur, memberikan promo menarik, memasang iklan pada e-commerce, menawarkan kepada orang terdekat, promosi lewat website dan blog, membuka toko sendiri, memberi layanan free ongkir dan delivery.

Implementasi dari Kampung UKM Digital ini ditandai dengan beberapa parameter diantaranya tersedianya jaringan infrastruktur telekomunikasi yang menjangkau seluruh wilayah Kampung UKM, adanya wadah komunitas/volunteer UKM dan melakukan pemanfaatan solusi dan layanan Teknologi Informasi di dalam lingkungan Kampung UKM dimana Implementasi Kampung UKM Digital ini dilakukan secara bertahap dengan melibatkan pentahelix stakeholder yang ada diantaranya Pemerintah, Komunitas, Pelaku Bisnis, Akademisi dan juga Media.

Dengan dijalankan beberapa tahapan program seperti Penarikan jaringan infrastruktur ke lokasi Kampung UKM, pelatihan dan Pembinaan ICT untuk Pengelola Kampung UKM, implementasi layanan dan solusi ICT (portal online, bostoko, dan layanan ICT lainnya) di lingkungan kampung UKM diharapkan menjadi langkah besar untuk UKM Indonesia dalam menghadapi dinamika perekonomian yang semakin ketat salah satunya di dunia digital.

Dengan adanya kampung UKM digital ini semakin meningkatkan

omset dan aset bagi mitra UKM setelah mengikuti dan menerapkan pelatihan. Diantara peningkatan omset itu antara lain: meningkatkan penjualan, dan meningkatkan profit. Lalu peningkatan aset diantaranya: meningkatkan kas, memperluas jaringan usaha, memperluas toko.

3. Karakteristik Responden

Penelitian ini menggunakan 10 orang responden dengan karakteristik demografi responden sebagai berikut:

1. Jenis kelamin responden, 6 orang wanita dengan persentase sebesar 60%, dan 4 orang pria dengan persentase sebesar 40%

Tabel 3.2.
Distribusi Responden Menurut Jenis Kelamin
Pada Responden KUB Telo Rezeki

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
Wanita	6	60
Pria	4	40

*Sumber: Daftar Pernyataan diolah, 2018.

2. Usia responden, 5 orang dengan usia 23-27 tahun, 3 orang berusia 35-39 tahun, 2 orang dengan usia 42-50 tahun.

Tabel 3.3.
Distribusi Responden Menurut Kelompok Umur
Pada Responden KUB Telo Rezeki

Kelompok Umur (Tahun)	Frekuensi	Persentase (%)
23-27	5	50
35-39	3	30
42-50	2	20

*Sumber: Daftar Pernyataan diolah, 2018.

3. Pendidikan responden, berdasarkan tabel dapat dilihat pola tingkat distribusi pendidikan formal responden, dari 10 orang yang menjadi responden 1 orang sebesar 10% berpendidikan Sarjana, 3 orang responden atau 30% berpendidikan Diploma, dan 6 orang responden atau 60% berpendidikan Sekolah Lanjutan Tingkat Atas.

Tabel 3.4.
Distribusi Responden Menurut Pendidikan
Pada Responden KUB Telo Rezeki

Tingkat Pendidikan	Frekuensi	Persentase (%)
S1	1	10
D1/D2/D3	3	30
SLTA	6	60

*Sumber : Daftar Pernyataan diolah, 2018.

4. Pekerjaan responden, 4 orang atau 40% pegawai negeri, 1 orang atau 10% Pegawai Swasta, 1 orang atau 10% Ibu Rumah Tangga, 2 orang atau 20% Mahasiswa, 1 orang atau 10% Pedagang, dan 1 orang atau 10% adalah Perawat.

Tabel 3.5.
Distribusi Responden Menurut Pekerjaan
Pada Responden KUB Telo Rezeki

Pekerjaan	Frekuensi	Persentase (%)
Pegawai Negeri	4	40
Pegawai Swasta	1	10
Ibu Rumah Tangga	1	10
Mahasiswa	2	20
Pedagang	1	10
Perawat	1	10

*Sumber: Daftar Pernyataan diolah, 2018.

3.1 Analisis Distribusi Frekuensi Jawaban Responden

3.1.1 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Dalam Mengetahui Cara Pemasaran dan Teknik Pemasaran Produk

Cara Pemasaran dan Teknik Pemasaran Produk merupakan hal yang utama dalam menjalankan usaha, juga merupakan hal penting untuk melancarkan bisnis.

Tabel 3.6.

Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Dalam Mengetahui Cara Pemasaran dan Teknik Pemasaran Produk

No	Pernyataan	Jawaban			
		Y		T	
		F	%	F	%
1	Menggunakan media sosial	8	80	2	20
2	Mencetak banner dan brosur	10	100	-	-
3	Memberikan promo menarik	10	100	-	-
4	Memasang iklan pada E-Commerce	8	80	2	20
5	Menawarkan kepada orang terdekat	10	100	-	-
6	Promosi lewat Web dan Blog	8	80	2	20
7	Membuka toko sendiri	10	100	-	-
8	Memberi layanan free ongkir dan delivery	10	100	-	-
9	Mengenali pelanggan	10	100	-	-
10	Melakukan promosi	10	100	-	-
11	Memilih lokasi yang strategis	10	100	-	-
12	Menggunakan Internet Marketing	8	80	2	20
13	Menjalin hubungan yang baik dengan konsmen	10	100	-	-

*Sumber : Daftar Pernyataan diolah, 2018

Keterangan :

Y : Ya

T : Tidak

3.1.2 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Dalam Mengerti Cara Pemasaran dan Teknik Pemasaran Produk

Setelah mengetahui cara pemasaran dan teknik pemasaran produk lalu hal selanjutnya untuk menjalankan usaha adalah mengerti cara pemasaran dan teknik pemasaran produk.

Tabel 3.7.
Distribusi Frekuensi Jawaban Responden
Dalam Mengerti Cara Pemasaran dan Teknik Pemasaran Produk

No	Pernyataan	Jawaban			
		Y		T	
		F	%	F	%
1	Menggunakan media sosial	8	80	2	20
2	Mencetak banner dan brosur	10	100	-	-
3	Memberikan promo menarik	10	100	-	-
4	Memasang iklan pada E-Commerce	8	80	2	20
5	Menawarkan kepada orang terdekat	10	100	-	-
6	Promosi lewat Web dan Blog	8	80	2	20
7	Membuka toko sendiri	10	100	-	-
8	Memberi layanan free ongkir dan delivery	10	100	-	-
9	Mengenali pelanggan	10	100	-	-
10	Melakukan promosi	10	100	-	-
11	Memilih lokasi yang strategis	10	100	-	-
12	Menggunakan Internet Marketing	8	80	2	20
13	Menjalin hubungan yang baik dengan konsumen	10	100	-	-

*Sumber : Daftar Pernyataan diolah, 2018

Keterangan :

Y : Ya

T : Tidak

3.1.3 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Tentang Implementasi

Implementasi adalah tindakan atau pelaksana rencana yang telah disusun secara cermat dan rinci. Implementasi dibutuhkan ketika sudah mengetahui dan mengerti cara pemasaran dan teknik pemasaran produk.

Tabel 3.8.
Distribusi Frekuensi Jawaban Responden
Tentang Implementasi

No	Pernyataan	Jawaban									
		SS		S		N		TS		STS	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	Pelaku usaha dapat menyesuaikan diri dengan kebutuhan sekarang	8	80	2	20	-	-	-	-	-	-
2	Pelaku usaha mempunyai SDM yang cakap melaksanakan pekerjaan	8	80	2	20	-	-	-	-	-	-
3	Pelaku usaha dapat menjawab tantangan perkembangan zaman	6	60	2	20	2	20	-	-	-	-
4	Pelaku usaha dapat meningkatkan produktivitas dan prestasinya	7	70	2	20	1	10	-	-	-	-
5	Pelaku usaha menggunakan teknologi baru dengan baik	6	60	3	30	1	10	-	-	-	-

Sumber : Daftar Pernyataan diolah, 2018

Keterangan :

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

N : Netral

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

3.1.4 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Tentang Omset

Omset adalah jumlah pendapatan hasil penjualan produk tertentu selama suatu periode yang dihasilkan. Omset sangat dibutuhkan oleh pelaku usaha untuk menunjang hasil penjualan periode berikutnya.

Tabel 3.9.
Distribusi Frekuensi Jawaban Responden
Tentang Omset

No	Pernyataan	Jawaban									
		SS		S		N		TS		STS	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	Meningkatkan penjualan	8	80	2	20	-	-	-	-	-	-
2	Meningkatkan profit	7	70	3	30	-	-	-	-	-	-

Sumber : Daftar Pernyataan diolah, 2018

Keterangan :

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

N : Netral

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

3.1.5 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Tentang Aset

Aset adalah sumber ekonomi yang diharapkan memberikan manfaat usaha dikemudian hari. Aset sangat dibutuhkan oleh pelaku usaha untuk menunjang produksi penjualan periode berikutnya.

Tabel 3.10.

**Distribusi Frekuensi Jawaban Responden
Tentang Aset**

No	Pernyataan	Jawaban									
		SS		S		N		TS		STS	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	Meningkatkan Kas	9	90	1	10	-	-	-	-	-	-
2	Memperluas jaringan usaha	7	70	2	20	1	10	-	-	-	-
3	Memperluas toko	6	60	3	30	1	10	-	-	-	-

Sumber : Daftar Pernyataan diolah, 2018

Keterangan :

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

N : Netral

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

BAB IV

ANALISIS DATA

Setelah penulis mengumpulkan data dari hasil observasi dan wawancara, dapat diketahui praktek pelatihan kampung UKM digital yang dilakukan Mitra UKM di Sentra Industri Keripik Kota Bandar Lampung sebagai berikut :

A. Analisis Peranan Pelatihan Program Kampung UKM Digital Terhadap Perkembangan UMKM pada Sentra Industri Keripik Kota Bandar Lampung

Usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Indonesia merupakan salah satu pendorong perekonomian rakyat yang tangguh. Hal tersebut dikarenakan para pengusaha mikro kecil dan menengah ini berawal dari industri rumahan atau keluarga, dengan demikian pengusaha tersebut lebih banyak yang berasal dari kalangan menengah ke bawah. Selain itu UMKM dinilai mempunyai peran penting dalam mengatasi permasalahan ekonomi negara, dikarenakan semakin banyak rakyat yang mandiri dan juga membantu menyediakan lapangan pekerjaan. Perkembangan sektor UMKM di Indonesia merupakan potensi yang besar apabila hal ini dikelola dan dikembangkan dengan baik tentu akan dapat mewujudkan usaha menengah yang tangguh.

Teori Klasik yang dikemukakan oleh Staley dan Morse (1965), beragumen bahwa khususnya kegiatan-kegiatan pengolahan yang terpisah atau spesifik dan produk diferensiasi dengan skala yang rendah adalah faktor-

faktor paling penting yang menjelaskan keberadaan UMKM di negara yang sedang berkembang.

Roda pergerakan perekonomian baik secara makro maupun secara mikro sangat bergantung pada sektor UMKM. Dalam krisis ekonomi yang terjadi di negara ini sejak beberapa tahun yang lalu, dimana banyak perusahaan berskala besar mengalami stagnasi bahkan berhenti aktifitasnya, namun sektor UMKM terbukti lebih tangguh dalam menghadapi krisis tersebut. Oleh karena itu, pengembangan UMKM perlu mendapat perhatian lebih, baik dari pemerintah pusat dan pemerintah daerah agar para pelaku UMKM dapat berkembang lebih baik lagi dan mampu memberikan nilai kompetitif bagi pasar skala nasional. Seperti teori modern dari hasil penelitian Audretsch Dan Fritsch (2002) mengungkapkan bahwa di daerah-daerah yang tingkat kelahiran perusahaan-perusahaan baru lebih tinggi juga menunjukkan pertumbuhan ekonomi yang lebih tinggi dibandingkan dengan di daerah-daerah yang sebaliknya, yang tingkat membuka atau memulai usahanya rendah.

UMKM merupakan pilar utama perekonomian Indonesia. Karakteristik utama UMKM adalah kemampuannya mengembangkan proses bisnis yang fleksibel dengan menanggung biaya yang relatif rendah. Oleh karena itu, adalah sangat wajar jika keberhasilan UMKM diharapkan mampu meningkatkan perekonomian Indonesia secara keseluruhan.

Mengetahui peranan sangatlah penting bagi suatu organisasi terlebih yang mempunyai kegiatan operasional yang berskala besar, sehingga

mengetahui tugas dan kewajibannya yang harus dikerjakan dengan memperhatikan efektifitas dan efisiensi dari peran yang ada.

Hasil Penyajian data penelitian yang disampaikan di bab sebelumnya mengenai distribusi frekuensi jawaban responden dalam mengetahui cara pemasaran dan teknik pemasaran produk UKM Ini dapat dilihat dari rata-rata responden yang menjawab ya sebesar 80% dan tidak sebesar 20%, dapat disimpulkan bahwa responden mengetahui dengan benar bagaimana cara pemasaran dan teknik pemasaran produk UKM dengan tepat.

Distribusi frekuensi jawaban responden dalam mengerti cara pemasaran dan teknik pemasaran produk UKM Ini dapat dilihat dari rata-rata responden yang menjawab ya sebesar 80% dan tidak sebesar 20%, dapat disimpulkan bahwa responden mengerti dengan benar bagaimana cara pemasaran dan teknik pemasaran produk UKM dengan baik.

Distribusi frekuensi jawaban responden tentang Implementasi dari pelatihan UKM Digital ini dapat dilihat dari rata-rata responden yang menjawab sangat setuju sebesar 70%, setuju sebesar 20%, dan netral sebesar 10% dapat disimpulkan bahwa responden mengimplementasikan dengan baik apa yang sudah diberikan dalam pelatihan.

Dengan adanya pelatihan UKM digital ini semakin meningkatkan omset ini dapat dilihat dari rata-rata responden yang menjawab sangat setuju sebesar 80%, dan setuju sebesar 20%, dapat disimpulkan bahwa responden mampu meningkatkan omset hasil penjualan.

Begitupun dengan aset dapat dilihat dari rata-rata responden yang

menjawab sangat setuju sebesar 70%, setuju sebesar 20%, dan netral 10% dapat disimpulkan bahwa responden mampu meningkatkan aset hasil produksi penjualan.

Setelah penulis mengumpulkan dan mengolah data, didapatkan analisis terkait peranan pelatihan program kampung UKM digital yang harus dilakukan Mitra UKM di Sentra Industri Keripik Kota Bandar Lampung terhadap perkembangan UMKM, yaitu melalui peranan pelatihan diantaranya:¹⁰⁶

1. Koordinasi

Koordinasi adalah suatu kerjasama antar badan, instansi, unit dalam pelaksanaan tugas-tugas tertentu sedemikian rupa sehingga terdapat saling mengisi, saling membantu dan saling melengkapi satu sama lain guna terciptanya suatu tindakan yang seragam dan harmonis pada sasaran yang telah ditentukan.

Pelaksanaan pengkoordinasian penetapan kebijakannya diantara lain: pemberdayaan usaha kecil dan menengah dalam penumbuhan iklim usaha dengan memfasilitasi pendanaan/ penyediaan sumber dana, tata cara dan syarat pemenuhan kebutuhan dana, pesaing, prasarana, informasi, kemitraan, perijinan dan perlindungan, pembinaan dan pengembangan usaha kecil baik produksi, pasar, sumber daya manusia dan teknologi serta memfasilitasi akses pinjaman dalam penyediaan pembiayaan bagi usaha kecil dan menengah.

¹⁰⁶ Dinas Koperasi dan UMKM Provinsi Lampung, 2017

2. Pembinaan

Pembinaan adalah suatu proses atau pengembangan yang mencakup urutan-urutan pengertian diawali mendirikan, menumbuhkan, memelihara pertumbuhan tersebut yang disertai usaha-usaha perbaikan, penyempurnaan dan akhirnya mengembangkan. Adapun tujuan dari pembinaan adalah agar mereka tidak rendah diri dan dapat berguna bagi diri mereka sendiri, keluarga maupun bangsa dan negara dengan modal pendidikan dan keterampilan yang diperoleh mereka sehingga dapat mandiri dan hidup secara wajar.

Menurut UU RI Nomor 20 tahun 2008 Tentang Usaha, Mikro, Kecil dan Menengah BAB VI pembinaan dan pengembangan usaha pasal 16 ayat 1 adalah Pemerintah dan Pemerintah Daerah memfasilitasi serta memediator pengembangan usaha.

Pembinaannya antara lain :

- a. Pembinaan Mitra UKM melalui pelatihan peningkatan kemampuan organisasi dan manajemen

Mitra UKM Sentra Industri Keripik Kota Bandar Lampung sebagai pengembang usaha kecil menengah mendapatkan pelatihan-pelatihan teknis yang bertujuan untuk meningkatkan kemampuan organisasi dan manajemen pelaku UKM dalam menjalankan usahanya.

- b. Pembinaan Mitra UKM melalui peningkatan akses permodalan

Dalam pengertian ekonomis modal adalah barang atau uang

yang bersama-sama dengan faktor produksi lain digunakan untuk menghasilkan barang dan jasa baru. Dalam proses produksi modal merupakan faktor produksi yang mempunyai peranan penting dalam meningkatkan hasil produksi. Peningkatan modal akan berpengaruh pada investasi dalam sektor industri, sehingga akan mendorong kenaikan output. Peranan modal dalam dunia industri sangat berpengaruh bagi kelangsungan suatu usaha atau industri yang dijalankan.

c. Pembinaan Mitra UKM melalui peningkatan akses pasar

Dalam mengembangkan UKM, diperlukan pengembangan jaringan usaha yaitu peningkatan perluasan akses pasar. Peningkatan akses pasar ini dilakukan melalui kegiatan promosi dan penyediaan informasi pasar bagi Mitra UKM serta penyediaan sarana dan prasarana yang dibutuhkan Mitra UKM.

3. Monitoring dan Evaluasi

Monitoring dan Evaluasi (ME) adalah dua kata yang memiliki aspek kegiatan yang berbeda yaitu kata Monitoring dan Evaluasi. Monitoring merupakan kegiatan untuk mengetahui apakah program yang dibuat itu berjalan dengan baik sebagaimana mestinya sesuai dengan yang direncanakan, adakah hambatan yang terjadi dan bagaimana para pelaksana program itu mengatasi hambatan tersebut. Monitoring terhadap sebuah hasil perencanaan yang sedang berlangsung menjadi alat pengendalian yang baik dalam seluruh proses implementasi

Penilaian (Evaluasi) merupakan tahapan yang berkaitan erat dengan kegiatan monitoring, karena kegiatan evaluasi dapat menggunakan data yang disediakan melalui kegiatan monitoring. Setelah mendapatkan pelatihan kampung UKM digital hendaknya mitra UKM melakukan evaluasi karena evaluasi berhubungan dengan hasil informasi tentang nilai serta memberikan gambaran tentang manfaat suatu kebijakan serta mempermudah dalam perencanaan program berikutnya.

Berdasarkan data yang sudah disajikan dan dipaparkan pada bab sebelumnya maka dapat diketahui bahwa keberhasilan sebuah program dapat dilihat dari apa yang direncanakan dengan apa yang dilakukan, apakah hasil yang diperoleh sesuai dengan hasil perencanaan yang dilakukan. Program kampung UKM digital ini mengalami proses peningkatan mutu yang baik walaupun baru beberapa tahun yang lalu didirikan.

Setelah menganalisis teori dan penerapan pelatihan program kampung UKM digital pada Sentra Industri Keripik Kota Bandar Lampung dapat disimpulkan bahwa program kampung UKM digital yang diterapkan berjalan dengan efektif dan efisien dalam meningkatkan perkembangan UMKM di Lampung. Dimana ketiga variabel peranan pelatihan ini saling mendukung dan melengkapi, serta memiliki peran yang berbeda dalam memberikan pelatihan kepada mitra UKM Sentra Industri Keripik Kota Bandar Lampung. Sehingga ketiga variabel peranan pelatihan ini dibutuhkan seluruhnya dalam proses peningkatan perkembangan UMKM.

B. Analisis Tinjauan Ekonomi Islam Dalam Peranan Pelatihan Program Kampung UKM Digital Terhadap Perkembangan UMKM pada Sentra Industri Keripik Kota Bandar Lampung

UKM merupakan cikal bakal usaha besar. Sebagian besar usaha besar berawal dari UKM. UKM harus terus dikembangkan agar maju dan punya daya saing di depan usaha besar, sehingga tetap menjadi jantung perekonomian Indonesia yang berkembang. Ini bukan hanya tanggung jawab pemerintah. Para pelaku UKM sendiri hendaknya juga punya keinginan untuk berkembang. Pemerintah hendaknya dapat memecahkan persoalan klasik yang kerap kali menerpa UKM.

Islam sebagai agama peradaban pada hakikatnya telah meletakkan prinsip-prinsip profesionalitas dalam manajemen, khususnya yang berkaitan dengan bagaimana seorang pemimpin *manage* atau memberdayakan manusia dalam suatu organisasi atau suatu pekerjaan, untuk mencapai kesuksesan yang optimal.

Berdasarkan hasil penelitian yang penulis lakukan pada Sentra Industri Keripik Kota Bandar Lampung, penulis mendapati bahwa dalam proses manajemen yang dilakukan oleh Sentra Industri Keripik Kota Bandar Lampung telah sesuai dengan ekonomi islam. Nilai-nilai islam yang telah dilakukan mitra UKM di Sentra Industri Keripik Kota Bandar Lampung ini antara lain:

Prinsip-prinsip manajemen Islam, khususnya dalam Pemberdayaan Sumber Daya Manusia dapat dirumuskan dalam beberapa poin:

1. Prinsip kompetensi

Prinsip kompetensi adalah prinsip utama dalam manajemen Islam. Kompetensi yang dimaksud di sini adalah kemampuan atau keahlian yang dimiliki oleh personal sebagai bagian dari organisasi atau bagian dari suatu proses kerja, yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan. Kompetensi yang dimaksud dapat berupa kompetensi kognitif, yakni kemampuan pengetahuan dan daya analisis, kompetensi sikap seperti keberanian, kejujuran, dedikasi atau loyalitas, disiplin dan sebagainya, serta kompetensi keterampilan yang melingkupi kecakapan, ketepatan dan kecepatan dalam melakukan suatu pekerjaan.

Firman Allah dalam surat *an-Naml* misalnya dapat kita ambil pelajaran mengenai prinsip ini.

قَالَ عِفْرِيتٌ مِّنَ الْجِنِّ أَنَا ءَاتِيكَ بِهِ قَبْلَ أَنْ تَقُومَ مِن مَّقَامِكَ وَإِنِّي عَلَيْهِ لَقَوِيٌّ أَمِينٌ
٣٩

Artinya: “(39). berkata 'Ifrit (yang cerdik) dari golongan jin: "Aku akan datang kepadamu dengan membawa singgsana itu kepadamu sebelum kamu berdiri dari tempat dudukmu; Sesungguhnya aku benar-benar kuat untuk membawanya lagi dapat dipercaya". (QS. An-Naml ayat 39).¹⁰⁷

2. Prinsip keoptimalan dan kelebihan dalam kompetensi

Islam mengajarkan bahwa prinsip kompetensi semata mata tidak cukup untuk sebuah sistem manajemen, akan tetapi harus dilengkapi dengan pertimbangan pada perhatian terhadap adanya kompetensi yang

¹⁰⁷ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Jakarta: CV. Toha Putra, 2005), h. 271.

lebih optimal untuk efisiensi pekerjaan. Seperti surat an-naml ayat 40.

قَالَ الَّذِي عِنْدَهُ عِلْمٌ مِّنَ الْكِتَابِ أَنَا آتِيكَ بِهِ قَبْلَ أَن يَرْتَدَّ إِلَيْكَ طَرْفُكَ فَلَمَّا رَآهُ مُسْتَقِرًّا عِنْدَهُ قَالَ هَذَا مِنْ فَضْلِ رَبِّي لِيَبْلُوَنِي ءَأَشْكُرُ أَمْ أَكْفُرُ وَمَن شَكَرَ فَإِنَّمَا يَشْكُرُ لِنَفْسِهِ وَمَن كَفَرَ فَإِنَّ رَبِّي غَنِيٌّ كَرِيمٌ ٤٠

Artinya: "Berkatalah seorang yang mempunyai ilmu dari Al Kitab: "Aku

akan membawa singgasana itu kepadamu sebelum matamu berkedip".

Maka tatkala Sulaiman melihat singgasana itu terletak di hadapannya,

iapun berkata: "Ini termasuk kurnia Tuhanku untuk mencoba aku apakah

aku bersyukur atau mengingkari (akan nikmat-Nya). Dan barangsiapa

yang bersyukur maka sesungguhnya dia bersyukur untuk (kebaikan)

dirinya sendiri dan barangsiapa yang ingkar, maka sesungguhnya Tuhanku

Maha Kaya lagi Maha Mulia".¹⁰⁸

3. Prinsip kesesuaian kompetensi dengan kebutuhan

Prinsip manajerial selanjutnya dalam Islam adalah prinsip kesesuaian kompetensi dengan kebutuhan. Sistem manajemen sumber daya manusia yang baik adalah sistem yang menekankan pada adanya kesesuaian tenaga kerja dengan kebutuhan. Maka dalam perspektif ini, analisis kebutuhan mutlak dilakukan oleh suatu organisasi atau perorangan dalam sistem rekrutmen tenaga kerja.

Kompetensi tenaga kerja yang tidak sesuai kebutuhan hanya akan menimbulkan kekacauan dan dapat mengancam kinerja organisasi dan dapat menimbulkan ancaman bagi pencapaian tujuan, bahkan akan mengancam keberlanjutan (*sustainability*) keberadaan organisasi.

¹⁰⁸ Departemen Agama RI, *Ibid*, h.260.

Karena itu prinsip kesuaian kompetensi dengan kebutuhan menjadi sesuatu yang prinsip dalam sistem manajemen. Prinsip ini telah diajarkan nabi Muhammad kepada kita. Melalui sejarah nabi kita dapat mengambil pelajaran tentang prinsip manajemen ini. Dalam upaya dakwah rasulullah, kita mengetahui bahwa ada empat orang sahabat utama yang menjadi pilar utama perjuangan dakwah nabi yakni Abu Bakar Ash-Shiddiq, Umar bin Khattab, dan Ali bin abi Thalib.

4. Prinsip kepercayaan

Dalam surat al-Qashas ayat 26

قَالَتْ إِحْدَاهُمَا يَا أَبَتِ اسْتَجِرْهُ إِنَّ خَيْرَ مَنِ اسْتَجَرْتَ الْقَوِيُّ الْأَمِينُ ٢٦

artinya: “Salah seorang dari kedua wanita itu berkata: "Ya bapakku ambillah ia sebagai orang yang bekerja (pada kita), karena Sesungguhnya orang yang paling baik yang kamu ambil untuk bekerja (pada kita) ialah orang yang kuat lagi dapat dipercaya”.¹⁰⁹

Kepercayaan, kejujuran dan sikap amanah, adalah sesuatu yang penting untuk dipertimbangkan dalam merekrut tenaga kerja untuk kepentingan organisasi. Sikap ini menjadi salah satu penentu keberhasilan disamping kemampuan atau kompetensi.

Rekrutmen yang hanya didasarkan pada prinsip kompetensi saja tidak menjamin adanya kinerja yang baik. Seseorang yang memiliki kompetensi yang amat baik namun tidak memiliki kejujuran, dan sikap amanah, ia belum tentu dapat berpartisipasi dengan baik dalam

¹⁰⁹ Departemen Agama RI, *Ibid*, h.254.

sistem organisasi. Karena itu keterpercayaan (kejujuran dan amanah) adalah prinsip penting yang harus diperhatikan dalam sistem manajemen sumberdaya manusia.

5. Prinsip kesesuaian kompetensi personal dengan penempatan

Dalam sebuah hadits yang sangat populer nabi bersabda:

«إِذَا وُسِدَ الْأَمْرُ إِلَى غَيْرِ أَهْلِهِ فَانْتَظِرِ السَّاعَةَ»

Artinya: “Apabila suatu perkara diserahkan kepada yang bukan ahlinya maka tunggulah kehancurannya”.¹¹⁰

Melalui hadits ini nabi Muhammad mengajarkan prinsip manajemen sumber daya manusia kepada kita bahwa pembagian kerja harus disesuaikan dengan kemampuan dan keahlian sehingga pelaksanaan kerja berjalan efektif

6. Prinsip tidak melebihi batas kemampuan dalam pembebanan kerja

Islam (Al-Qur'an: surah al-baqarah ayat 286) telah mengisyaratkan konsep manajemen demikian dalam mengelola sumberdaya manusia.

لَا يُكَلِّفُ اللَّهُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا لَهَا مَا كَسَبَتْ وَعَلَيْهَا مَا اكْتَسَبَتْ رَبَّنَا لَا تُؤَاخِذْنَا إِنْ نَسِينَا أَوْ أَخْطَأْنَا رَبَّنَا وَلَا تَحْمِلْ عَلَيْنَا إَصْرًا كَمَا حَمَلْتَهُ عَلَى الَّذِينَ مِنْ قَبْلِنَا رَبَّنَا وَلَا تُحَمِّلْنَا مَا لَا طَاقَةَ لَنَا بِهِ وَاعْفُ عَنَّا وَارْحَمْنَا أَنْتَ مَوْلَانَا فَانصُرْنَا عَلَى الْقَوْمِ الْكَافِرِينَ ٢٨٦

Artinya: “Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan

kesanggupannya. ia mendapat pahala (dari kebajikan) yang diusahakannya dan ia mendapat siksa (dari kejahatan) yang dikerjakannya. (mereka berdoa): "Ya Tuhan Kami, janganlah Engkau hukum Kami jika Kami lupa atau Kami tersalah. Ya

¹¹⁰ HR Al-Bukhari dari Abi Hurairah

Tuhan Kami, janganlah Engkau bebaskan kepada Kami beban yang berat sebagaimana Engkau bebaskan kepada orang-orang sebelum kami. Ya Tuhan Kami, janganlah Engkau pikulkan kepada Kami apa yang tak sanggup Kami memikulnya. beri ma'aflah kami; ampunilah kami; dan rahmatilah kami. Engkaulah penolong Kami, Maka tolonglah Kami terhadap kaum yang kafir.”(al-Baqarah 2: 286).¹¹¹

Sebagai petunjuk hidup (*way of life*), melalui ayat ini tentu Allah ingin mengajarkan kepada manusia untuk (khususnya orang yang berperan sebagai pemimpin suatu organisasi), agar manusia (manajer) memperhatikan sisi keterbatasan bawahannya dalam memberikan tugas atau tanggung jawab.

7. Prinsip kewenangan dan tanggung-jawab

Kewenangan dan tanggung-jawab adalah prinsip selanjutnya dalam manajemen Islam. Seseorang yang diberi tugas atau amanat untuk melakukan suatu tindakan atau kerja harus diberikan kewenangan dan tanggung-jawab dalam melaksanakan tugasnya. Pemberian kewenangan ini mutlak dalam dalam suatu sistem manajemen untuk menjamin kelancaran pelaksanaan tugas atau kerja yang dibebankan kepada seseorang. Tanpa adanya kewenangan, seseorang akan mengalami keraguan dalam melaksanakan tugasnya, yang pada akhirnya ia tidak dapat melaksanakan tugas dengan baik.

¹¹¹ Departemen Agama RI, *Ibid*

Prinsip kewenangan tanggung-jawab dalam manajemen Islam ini dapat kita pahami berdasarkan hadis nabi:

Artinya: “ *Setiap kamu adalah pemimpin, dan setiap pemimpin akan dimintakan pertanggung-jawabannya* ”.

8. Prinsip batasan kewenangan

Rasulullah telah diingatkan oleh Allah akan adanya batasan kewenangan dalam tugas kerasulannya. Ayat di bawah ini menginformasikan kepada kita bahwa dalam tugas ilahiyah yang diemban nabi Muhammad memiliki batasan kewenangan. Nabi diingatkan bahwa kewenangan dirinya dalam dakwah hanyalah sebatas pemberi peringatan.

فَذَكِّرْ إِنَّمَا أَنْتَ مُذَكِّرٌ ٢١

Artinya: Maka berilah peringatan, karena Sesungguhnya kamu hanyalah orang yang memberi peringatan. Kamu tidak memiliki kekuasaan atas diri mereka (yang diberi peringatan (al-Ghasiyah: ayat 21)).¹¹²

Setiap kewenangan dalam manajemen Islam memiliki batas batasnya. Kesadaran akan batasan kewenangan ini harus dimiliki oleh setiap individu dalam suatu sistem organisasi. Seorang pemimpin memiliki batas kewenangan atas orang yang dipimpinnya, karyawan memiliki batas kewenangan atas posisi dan tugasnya.

9. Prinsip adanya penghargaan dan kompensasi

Allah sendiri, sebagai penguasa di atas segala penguasa, telah memberikan reward dan kompensasi atas segala apa yang ia perintahkan kepada manusia. Seperti dalam surah Al-Kahfi ayat 17: 30-31;

¹¹² Departemen Agama RI, *Ibid*

إِنَّ الَّذِينَ ءَامَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ إِنَّا لَا نُضِيعُ أَجْرَ مَنْ أَحْسَنَ عَمَلًا ۚ ٣٠ أُولَٰئِكَ لَهُمْ جَنَّاتُ عَدْنٍ تَجْرِي مِنْ تَحْتِهِمُ الْأَنْهَارُ يُحَلَّوْنَ فِيهَا مِنْ أَسَاوِرَ مِنْ ذَهَبٍ وَيَلْبَسُونَ ثِيَابًا خُضْرًا مِنْ سُندُسٍ وَإِسْتَبْرَقٍ مُتَّكِينَ فِيهَا عَلَى الْأَرَائِكِ نِعْمَ الثَّوَابُ وَحَسُنَتْ مُرْتَفَقًا ۖ ٣١

Artinya: (30). Sesungguhnya mereka yang beriman dan beramal saleh, tentulah Kami tidak akan menyia-nyiakan pahala orang-orang yang mengerjakan amalan(nya) dengan yang baik.

(31). mereka Itulah (orang-orang yang) bagi mereka surga 'Adn, mengalir sungai-sungai di bawahnya; dalam surga itu mereka dihiasi dengan gelang mas dan mereka memakai pakaian hijau dari sutera Halus dan sutera tebal, sedang mereka duduk sambil bersandar di atas dipan-dipan yang indah. Itulah pahala yang sebaik-baiknya, dan tempat istirahat yang indah.¹¹³

Demikianlah Islam membangun prinsip manajemen sumberdaya manusia, yang seharusnya dikembangkan dalam kehidupan nyata. Sistem kompensasi yang didasarkan pada keahlian secara eksplisit mengkaitkan reward terhadap pengembangan keahlian.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

¹¹³ Departemen Agama RI, *Ibid*

Kesimpulan dari penelitian “Analisis Peranan Pelatihan Program Kampung UKM Digital Terhadap Perkembangan UMKM” (Studi pada Sentra Industri Keripik Kota Bandar Lampung) sebagai berikut:

1. Terdapat 3 macam peranan pelatihan yang harus dilakukan oleh Mitra UKM di Sentra Industri Keripik Kota Bandar Lampung yakni melalui: Koordinasi, Pembinaan, juga Monitoring dan Evaluasi. Didalam pembinaan, terdapat pelatihan-pelatihan yaitu:
 - a. Pembinaan Mitra UKM melalui pelatihan peningkatan kemampuan organisasi dan manajemen
 - b. Pembinaan Mitra UKM melalui peningkatan akses permodalan
 - c. Pembinaan Mitra UKM melalui peningkatan akses pasar

Dari hasil penelitian yang dilakukan dapat dikatakan bahwa dengan adanya pelatihan yang dilakukan oleh Mitra UKM di Sentra Industri Keripik Kota Bandar Lampung dapat meningkatkan Perkembangan UKM dan dapat membuat mitra UKM mampu bersaing bahkan lebih unggul dibanding pesaingnya.

2. Menurut Ekonomi Islam mengenai manajemen khususnya dalam Pemberdayaan Sumber Daya Manusia yang dilakukan oleh Mitra UKM di Sentra Industri Keripik Kota Bandar Lampung sudah sesuai dengan ajaran islam dengan selalu berpedoman pada Prinsip-prinsip manajemen Islam yaitu: Prinsip kompetensi, Prinsip keoptimalan dan kelebihan dalam kompetensi, Prinsip kesesuaian kompetensi dengan kebutuhan, Prinsip kepercayaan, Prinsip kesesuaian kompetensi personal dengan penempatan,

Prinsip tidak melebihi batas kemampuan dalam pembebanan kerja, Prinsip kewenangan dan tanggung-jawab, Prinsip batasan kewenangan, dan Prinsip adanya penghargaan dan kompensasi.

B. Saran

1. Untuk Pemerintah Provinsi Lampung agar lebih meningkatkan pelatihan dalam berbisnis dilingkup nasional yang diharapkan agar ilmu-ilmu yang didapatkan dapat berkembang lebih maju dalam sektor UKM.
2. Untuk karyawan Sentra Industri Keripik Kota Bandar Lampung diharapkan menjalankan tugas dan amanat dari pimpinan dengan benar, dan meningkatkan kedisiplinan tepat waktu, juga mentaati peraturan dan mentaati batasan yang berlaku. Baik berdasarkan aturan di tempat bekerja maupun berdasarkan syariat islam.
3. Bagi peneliti selanjutnya, karena ini adalah penelitian baru dan program kampung UKM digital yang diteliti juga baru diharapkan memperbanyak referensi dan literatur guna meningkatkan penelitian yang lebih baik lagi.

DAFTAR PUSTAKA

Buku-buku:

- Lukman Ali, ed. *Bahasa dan Kesusastraan Indonesia Sebagai Cermin Manusia Indonesia Baru*, Jakarta: Bina Cipta, 2005.
- Soerjono Soeklanto, *Sosiologi Suatu Pengantar*, Edisi Baru; Jakarta: Rajawali Pers, 2009.
- Mangkunegara, Anwar Prabu, *Evaluasi Kinerja SDM*, Bandung: Refika Aditama, 2005.
- Miles B. Matthew, et. al. *Analisis Data Kualitatif*, Jakarta: UI Press, 2005.
- Philip Kotler dan Gary Amstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jilid 1; Jakarta: Erlangga, 2008.
- P3EI, *Ekonomi Islam*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008.
- Agung Adiono, Artikel: *Peran E-commerce Untuk Meningkatkan Daya Saing UKM*, 2012.
- John A Pearce II, et. al. *Manajemen Strategis: Formula, Implementasi, dan Pengendalian*, Jakarta: Salemba Empat, 2013.
- Madnasir dan Khoiruddin, *Etika Bisnis Dalam Islam*, Fakultas Syariah IAIN Raden Intan Lampung, Bandar Lampung, 2012.
- Departemen Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahannya*, Semarang: PT Karya Toha Putra, 2002.
- Cholid Narbuko dan Abu Achmadi, *Metodologi Penelitian*, Jakarta, Bumi Aksara, 2009.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan; Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2013.
- Etta Mamang Sangadji, Sophia, *Metodologi Penelitian Pendekatan Praktis Dalam Penelitian*, Cv Andi Offset, Yogyakarta, 2010.
- V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*, Yogyakarta, Pustaka Baru Press, 2015.
- Nazir, Mochammad, *Metode Penelitian* Jakarta: PT Salemba Empat, 2003.
- Mardalis, *Metode Penelian Suatu Pendekatan Proposal*, Jakarta: PT Bumi

Aksara, 2008.

M. Iqbal Hasan, *Pokok-Pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*, Jakarta, Ghalia Indonesia, 2000.

Mudrajat Kuncoro, *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi*, Jakarta: Erlangga, 2009.

Sugiyono, *Statistik Untuk Penelitian*, Bandung, Alfabeta, 2006.

Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan; Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung, 2013.

Syofian Siregar, *Statistik Deskriptif untuk Penelitian*, Jakarta: Rajawali Pers, 2012.

Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*, Jakarta: Bumi Aksara, 2004.

V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*, Pustaka Bbaru Press, Yogyakarta, 2015.

Nazir, Mochammad, *Metode Penelitian Jakarta*: PT Salemba Empat, 2003.

Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: Alfabeta, 2014.

Mangkunegara, Anwar Prabu, *Evaluasi Kinerja SDM*, Bandung: Rrefika Aditama, 2005.

Kadarisman, M. *Manajemen Pengembangan Sumber Daya Manusia*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2012.

Mathis, et.al. *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Jakarta: PT Salemba Empat, 2001.

Marwansyah, *Manajemen Sumber Daya Manusia, Edisi Kedua*, Bandung: Alfabeta, 2012.

Hartatik, Indah Puji, *Buku Praktis Mengembangkan SDM*. Yogyakarta: Laksana, 2014.

Suharyanto, et. al. *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Media Wacana, Yogyakarta, 2005.

Sukma Dwi Priardi, 2011, "Peran Strategis Perbankan dalam Mendukung

Terwujudnya Kampung UKM Digital di Indonesia”, dimuat dalam *Buku Program Seminar Nasional Teknologi Berkelanjutan 2011*, Purwokerto: Universitas Jenderal Soedirman, Dewan Teknologi Informasi dan Komunikasi Nasional, serta Masyarakat Telematika Indonesia.

Syamsuddin Muhammad bin Muhammad bin Al-Khathib As-Syarbini, *Mughni Al-Muhtaj*, Beirut: Dar Al-Kutub Al-Ilmiyah, 2014.

Muhammad bin Isa at-Tirmidzi, *Sunan At-Tirmidzi*, Beirut: Dar Al-Kutub Al-Ilmiyah, 2016.

Erwandi Tarmizi, *Harta Haram Muamalat Kontemporer*, Bogor: Berkah Mulia Insani, 2016.

Ismail bin Katsir Ad-Dimasyqi, *Tafsir Alqur'an Al-Azhim*, Alexandria: Dar Al-Aqidah, 2008.

Ibnu Qudamah Al-Maqdisi, *Al-Mughni*, (Riyadh: Dar Alam Al-Kutub, t.t), 2009.

Ibnu Rusyd Al-Qurthubi, *Bidayah Al-Mujtahid*, (tk: Dar Al-Ma'rifah, 2007).

Abu Bakar bin Mas'ud Al-Kasani, *Badai' Ash-Shanai' fii Tartib Asy-Syarai'*, Beirut: Dar Al-Kutub Al-Ilmiyah, 2008.

Wahbah Az-Zuhaili, *Fiqih Islam wa Adillatuhu*. terj. Abdul Hayyie Al-Kattani et.al. Depok: Gema Insani, 2016.

Syamsuddin Muhammad bin Muhammad bin Al-Khathib As-Syarbini, *Mughni Al-Muhtaj*, Beirut: Dar Al-Kutub Al-Ilmiyah, 2014.

Wahbah Az-Zuhaili, *Al-Wajiz fi Al-Fiqh Al-Islami*, Damaskus: Dar Al-Fikr, 2006.

Didin Hafidhuddin, *Islam Aplikatif*, Jakarta: Gema Insani, 2003.

Badrudin, R. Model pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah dengan One Village One Product untuk mengurangi kemiskinan di Indonesia, *Prosiding Seminar Nasional* (p.1), (Yogyakarta: STIE YKPN, 2012).

Sayyid Sabiq, *Fiqih As-Sunnah*, Kairo: Dar Al-Fath, 2005.

Abu Dawud Sulaiman As-Sijistani, *Sunan Abi Dawud*, Beirut: Dar Al-Kutub Al-Ilmiyah, 2015.

- Muhammad bin Isma'il Al-Bukhori, *Shahih Al-Bukhori*, Beirut: Dar Al-Kutub Al-Ilmiyah, Kitab As-Salam, 2007.
- Abi Al-Husain Muslim bin Hajjaj Al-Qusyairi An-Nusayburi, *Shohih Muslim*, Beirut: Dar Al-Kutub Al-Ilmiyah, 2011.
- Hasibuan, Malayu, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Jakarta: Bumi Aksara, 2005.
- Hariandja, M.T.E. *Manajemen SDM: Pengadaan, Pengembangan, Pengkompensasian dan Peningkatan Produktivitas Pegawai*, Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia, 2002.
- Efendi Hariandja, Marihot Tua, *Manajemen Sumber Daya Manusia: Pengadaan, Pengembangan, Pengkompensasian dan Peningkatan Produktivitas Pegawai*, Jakarta: PT Grasindo, 2007.
- Nurul Huda et.al. *Ekonomi Pembangunan Islam*, Jakarta: Kencana, 2015.
- Mubyarto, *Membangun Sistem Ekonomi*, Yogyakarta: BPFE Yogyakarta, 2000.
- Taliziduhu Ndraha, *Pengantar Teori Pengembangan Sumber Daya Manusia*, Jakarta: Rienika Cipta, 2002.
- Mujahidin, Ahmad, *Ekonomi Islam*, Jakarta: Raja Grafindo Persada. 2013, Saud, Mahmud Abu, *Garis-garis Besar Ekonomi Islam*, Jakarta: Gema Insani Press, 2004.
- Al-Maududi, *Prinsip-prinsip Islam*, Bandung: Al-Maarif, 2005.
- Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI), *Ekonomi Islam*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2011.
- Muhammad Abdul Manan, *Islamic Economics, Theory and Practice*, India: Idarah Adabiyah, 2008.
- Mustafa Edwin Nasution et. al, *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*, Jakarta: Kencana, 2006.
- Syed Nawab Haider Naqvi, *Menggagas Ilmu Ekonomi Islam*, terj. M. Saiful Anam dan Muhammad Ufuqul Mubin, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009.
- Muhammad Abdul Mannan, *Teori Dan Praktik Ekonomi Islam*, Yogyakarta: PT Dana Bhakti Wakaf, 2007.

Abdul Mannan, *Hukum Ekonomi Syari'ah Dalam Perspektif Kewenangan Peradilan Agama*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2006.

Ibnu Majah, *Sunan Ibnu Majah, Juz 2*, CD. Maktabah Kutubil Mutun, Seri 4, 2005.

Internet:

<https://mekar.id/en/blog/2015/11/04/digitalisasi-ukm/> diunduh pada tanggal; 12-12-2017 pukul 13.39 WIB

<http://dsolusi.com/peranan-teknologi-dalam-peningkatan-daya-saing-ukm/> diunduh pada tanggal 12-12-2017 pukul 21:26 WIB

Tambunan, T.T.H, *Ukuran Daya Saing Koperasi dan UKM*, Background Study, RPJM Nasional Tahun 2010-2014 Bidang Pemberdayaan Koperasi dan UKM Bappena, 2008, diakses dari <http://www.kadin-indonesia.or.id> pada tanggal.

Tambunan, T.T.H, 2008, *Masalah Pengembangan UKM di Indonesia, Sebuah Upaya Mencari jalan Alternatif*, Makalah Forum Keadilan Ekonomi, Institute For Global Justice, Diakses dari <http://www.kadin-indonesia.or.id> pada tanggal 13 Desember 2017.

<https://mekar.id/en/blog/2015/11/04/digitalisasi-ukm/> diunduh pada tanggal; 12-12-2017 pukul 13.39 WIB.

<http://www.pengertianku.net/2014/12/pengertian-transaksi-dan-bukti-transaksi-terlengkap.html> diakses pada tanggal 25 Januari 2018 pada pukul 08.22.

<http://javaindoland.forumakers.com/t186-apa-itu-e-marketplace> diakses pada tanggal 25 Januari 2018 pada pukul 09.00.

<https://www.mangrekber.com/> diakses pada tanggal 25 Januari 2018 pada pukul 09.12.

<https://www.mangrekber.com/> diakses pada tanggal 25 Januari 2018 pada pukul 09.12.

<http://www.tahupedia.com/content/show/489/Apa-Sih-Sebenarnya-Kerjaan-CEO-Itu> diakses pada tanggal 25 Januari 2018 pukul 10.05.

<https://id.techinasia.com/marketplace-online-terbesar-indonesia-belanja> diakses pada tanggal 25 Januari 2018 pukul 10.10.

https://id.wikipedia.org/wiki/Perdagangan_elektronik diakses pada tanggal 25 Januari 2018 pukul 10.20.

<http://javaindoland.forumakers.com/t186-apa-itu-e-marketplace> diakses pada tanggal 25 Januari 2018 pukul 10.25.

<https://www.linkedin.com/pulse/cara-kerja-marketplace-calvin-kurniawan> diakses pada tanggal 25 Januari 2018 pukul 10.30.

https://id.wikipedia.org/wiki/Perdagangan_elektronik diakses pada tanggal 25 Januari 2018 pukul 09.30.

<http://muhzulfikarfr.blogspot.co.id/2016/11/normal-0-false-false-false-en-us-x-none.html> diakses pada tanggal 25 Januari 2018 pukul 09.32.

<http://coretanganda.blogspot.co.id/2015/05/e-marketplace.html> diakses pada tanggal 25 Januari 2018 pukul 09.40.

https://id.wikipedia.org/wiki/Perdagangan_elektronik diakses pada tanggal 25 Januari 2018 pukul 09.45.

<https://www.google.co.id/#q=http:%2F%2Ftustiya.blogspot.com++sejarah+bela+nja+online> diakses pada tanggal 25 Januari 2018 pukul 09.55.

<http://www.caricariuangdiinternet.com/sejarah-bisnis-online-di-dunia/> diakses pada tanggal 25 Januari 2018 pukul 10.00.

Jurnal:

Dirlanudin, *Paradigma Baru Pengembangan Usaha Kecil*, Jurnal Ilmiah Niagara 1, no. 2 Tahun 2008

Syahid Ahmad, *Pemanfaatan Internet dalam Pendidikan dan Pembelajaran*, Jurnal Iqra, Ilmu Ppendidikan dan Keislaman, Vol. 4, No. 2 Tahun 2008

Accesss Economics Pty Ltd, *UKM Pemicu Kemajuan Indonesia-Instrumen Pertumbuhan Nusantara*, Diakses pada www.deloitte.com/au/economics (Deloitte Eccess Economics Pty Ltd, Australia: 2015).

Wiwin Agustina, et. al. Seminar Nasional Teknologi Informasi & Komunikasi Terapan (SEMANTIK:2014), *Semarang: 2014, Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) untuk mengidentifikasi Pemanfaatan Internet Usaha Kecil dan Menengah*, (Jurnal Ilmiah: Universitas Bina Darma Palembang, ISSN: 979-26-0276-3 Semarang: 2014).

Syahid, Ahmad, “Pemanfaatan Internet dalam Pendidikan dan Pembelajaran”, *Jurnal Iqra, Ilmu Pendidikan dan Keislaman*. Vol. 4, No. 2 Tahun 2008.

Abdul Rahman Harahap, “Tingkat Pemahaman Masyarakat terhadap Aplikasi Komputer dan Internet”, *Jurnal Penelitian Komunikasi dan Pembangunan*, Vol. 11 No. 1, April 2010.

Penelitian dari Nani Grace Simamora, “Ketertarikan Masyarakat dalam Mengakses Informasi IPTEK dengan Menggunakan Media Kominfo: Tinjauan Empirik”, *Jurnal Penelitian Pos dan Informatika*, Vol. 1 No.1, September 2011.

Ely Sufianti, “Aplikasi *E-Government* dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Publik pada Beberapa Pemerintah Daerah Kota/Kabupaten di Indonesia”, *Jurnal Ilmu Administrasi*, Vol. 4 No. 4, Desember 2007.

Tatiek Mariyati, “Pembangunan Desa dengan Memanfaatkan Strategi Pemerataan Akses Internet dan Penyebaran Informasi”, *Jurnal Pos dan Telekomunikasi*, Vol. 7 No. 3, September 2009.

Sukma Dwi Priardi, 2011, “Peran Strategis Perbankan dalam Mendukung Terwujudnya Kampung UKM Digital di Indonesia”, dimuat dalam *Buku Program Seminar Nasional Teknologi Berkelanjutan 2011*, Purwokerto: Universitas Jenderal Soedirman, Dewan Teknologi Informasi dan Komunikasi Nasional, serta Masyarakat Telematika Indonesia

Rusbiyanti Sripeni, “Pemberdayaan Masyarakat Desa melalui Pelatihan Keterampilan dan Kontribusinya terhadap Kesejahteraan Keluarga”, *Jurnal Sosial*, Vol. 9 No. 2, September 2008

Data:

Lakip Diskoperindag Kota Bbandar Lampung, Tahun 2017

Dinas Koperasi dan UKM Provinsi Lampung, Tahun 2017

Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia, Tahun 2017

Wawancara:

Sucipto Adi dkk, Ketua KUB Telo Rezeki, Sentra Industri Keripik Kota Bandar Lampung.

Asep Kartiwan, Deputy Executive Vice President PT. Telkom Regional 1 Sumatera. Saat mengadakan launching Kampung UKM “*Lampung Goes Digital*” di Gedung PKOR Way Halim, Bandar Lampung, 2017